ISSN : 2602 -7356



المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام

مجلة دولية نصف سنوية محكمة تصدر عن :
قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

المجلد (02)- **العدد** (02)- **ديسمبر** 2019



المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام

مجلة دولية نصف سنوية محكمة تصدر عن :
قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

ISSN:2602-7356

المجلد (02)- **العدد** (02)- **ديسمبر** 2019

المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام

المجلد: الثاني

العدد:02

ديسمبر: 2019

توجه جميع المراسلات باسم إدارة المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام

العنوان: كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة – قسم علوم الإعلام والاتصال

ص–ب: الأغواط–الجزائر

الهاتف رقم: 0662562780

0661875252

الفاكس رقم: 029107433

توجه جميع المراسلات للنشر إلى: massmedia1981@gmail.com

الترقيم الدولي: 2018–ISSN 2602–7356.

الإيداع القانوني: جوان 2018

The Algerian Journal of Mass Media and Public Opinion	المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام
The International Scientific Journal	مجلة علمية دولية
Published By Mass Media And Communication Department	تصدر عن قسم الإعلام والاتصال
Amar Thelidji University- Laghouat : Algeria	جامعة عمار ثليجي–الأغواط: الجزائر
The Honorary president of The Journal	الرئيس الشرفي للمجلة
Ph.D. Djamal Ben Bertal	أ.د جمال بن برطال
Director of The Journal	مدير المجلة
Dr. Atallah Trif	د. عطاءالله طريف
The Chief Editor	رئيس هيئة التحرير
Dr. Atallah Trif	د. آيت قاسي ذهبية
Vice Editor-in-Chief	نائب رئيس هيئة التحرير
Dr. Ait Kaci Dahbia	أ.موسى جخدم
Publishing Director	مسؤول النشر
Miss. Nadjoua Slimani	أ.نجوى سليماني
International Relations	العلاقات الخارجية
Mr. Hocine Messadi	أ.حسين مساعدي
General Cordinator	المنسق العام للمجلة
Mr. Djoudi Benguit	أ.الجودي بن قيط
Technical Direction and publishing Equipment	الإخراج الفني والتجهيز الطباعي
Mr. Salim Maiza	أ.سيلم معيزة
Covering Design	تصميم الغلاف
Mr. Ahmed Cheriki	د.أحمد شريكي
International Standard Serial Number **ISSN :2602-3756**	الترقيم الدولي
Legal Deposit –June 2018	الإيداع القانوني

الهيأة العلمية والاستشارية للمجلة:

د.رضوان سلامن	المدرسة الوطنية العليا للصحافة	د.أيمن باجنيد	جامعة الملك عبد العزيز- السعودية
د.الجمعي حجام	جامعة أم البواقي	د.أحمد الزهراني	جامعة الملك عبد العزيز-السعودية
د.عذراء عيواج	جامعة أم البواقي	د.محمود بن سعيد	المركز الجامعي-البيض
د.أبو بكر بوسالم	المركز الجامعي -ميلة	د. عبد الكريم رقيق	جامعة سيدي بلعباس
د.عبوب محمد الأمين	جامعة الشلف	د.إلياس بوخموشة	جامعة سيدي بلعباس
د.أحمد جبار	جامعة -الشلف	د.عبد الوهاب غالم	جامعة مستغانم
د. حمام محمد زهير	جامعة الجلفة	د.ابتسام ميركيش	جامعة مستغانم
د.عامر حمادي	جامعة الجلفة	د.زكرياء بن الصغير	جامعة بسكرة
د. باردي نعيمة	جامعة المسيلة	د. نبيل لحمر	جامعة بسكرة
د.رضوان جدي	جامعة المسيلة	د.بوزيد رملي	جامعة بسكرة
د.سلامي سعيداني	جامعة المسيلة	د. نور الدين بوزيان	جامعة قسنطينة
د. خالد مرشيش	جامعة المسيلة	د.يعقوب بن الصغير	جامعة قسنطينة
د.عبد الرحمان صالحي	جامعة ورقلة	د. رضوان بلخيري	جامعة تبسة
د.فاطمة الزهراء قيطة	جامعة وادي سوف	د. سامية عواج	جامعة سطيف
د.يمينة طريف	جامعة ورقلة	د.محمد سباعي	جامعة أدرار
د.بلقاسم بن عودة	جامعة تيارت	د. طالب كيحول	المركز الجامعي-خميس مليانة
د.رقية محمودي	جامعة البليدة 02	د.أحميدة فرحات	جامعة الأغواط
د.شريفة سليماني	جامعة تيارت	د.رنان مختار	جامعة الأغواط
د.علي ساحي	جامعة الأغواط	د.شارف خالد	جامعة الأغواط

قواعد وإجراءات النشر في المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام:

المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام مجلة دورية فصلية محكمة تعنى بنشر البحوث والدراسات العلمية من الجامعات والمؤسسات العلمية العربية والأجنبية في مجال بحوث الإعلام والاتصال والرأي العام.

تخضع المواد العلمية المقدمة للنشر في المجلة للقواعد العلمية:

أولاً-بالنسبة للبحوث والدراسات العلمية:

- يكون البحث مرتبطا بإحدى مجالات علوم الإعلام والاتصال والرأي العام.
- ألا يكون البحث عملا مكرراً، إذ لا بد أن يحتوي على شيء من التجديد والحداثة، وتكون الأولوية للدراسات الفكرية المعاصرة.
- يقدم الباحث إقراراً مرفقا ببحثه بأنه بحث ذاتي وأصيل ولم يسبق نشره وأنه غير مقدم في الوقت نفسه إلى جهة نشر أخرى.
- يجوز نشر الأبحاث المتميزة المستلة من رسائل الماجستير والدكتوراه بشرط ألا تكون هذه الرسائل منشورة أو مقبولة للنشر في جهة أخرى، ويشار في هامش الصفحة الأولى أو قائمة المراجع إلى أن البحث مستل من رسالة علمية.
- أن لا يقل عدد كلمات البحث عن (3000) كلمة، ولا يزيد عن (6500) كلمة.
- يكتب البحث على ورقة حجم B5 وبفونت **14(TraditionalArabic)** ومسافة 1.15سم
- يرفق بالبحث أو الدراسة بملخصين باللغتين العربية أو الإنجليزية أو الفرنسية، ولا يتجاوز (300) كلمة لكل منهما بما في ذلك العنوان واسم الباحث أو الباحثين.
- تشتمل الصفحة الأولى من البحث على عنوان البحث كاملا، واسم الباحث أو الباحثين، وصفته العلمية (باللغتين العربية والانجليزية).

- يرفق البحث بنبذة تعريفية للباحث والمشاركين معه باللغتين العربية والانجليزية أو الفرنسية متضمنة: الاسم، الجامعة المانحة للشهادة، السنة، الدرجة العلمية، التخصص الدقيق، جهة العمل، العنوان البريدي (العادي والالكتروني)، رقم الهاتف والفاكس.

- يراعي الباحث قواعد البحث العلمي الأصيل ومنهجيته من توثيق وهوامش ومصادر ومراجع.

- توثق الجداول والرسوم التوضيحية المستعارة وغيرها بالمصادر الأصلية.

- حداثة المراجع ودقة توثيقها.

- إن تحكيم البحوث أو الدراسات يحال إلى محكمين سريين. فإذا اختلفا في التقييم تحال إلى محكم ثالث ويكون رأيه مرجحا.

- لا تتبنى المجلة اتجاها إيديولوجيا محددا، ولا تخضع لقيود غير قيود العلم ومعاييره الأخلاقية والعلمية.

- الآراء والأفكار المنشورة والواردة في المجلة تعبر عن رأي أصحابها، ولا تتحمل المجلة ما ينشر.

- لا ترد الأبحاث المقدمة إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر، ويخطر الباحث في حالة عدم الموافقة على النشر.

- تحتفظ المجلة بجميع حقوق النشر للبحث المجاز.

<u>قائمة المصادر والمراجع:</u>

- تخصص قائمة بالمراجع في آخر البحث، تتضمن جميع المراجع التي أشير إليها في المتن، وتوضع في صفحات مستقلة.

- تقسم قائمة المراجع إلى قسمين، يحتوي القسم الأول على قائمة المراجع باللغة العربية ترتب فيها أسماء المؤلفين هجائياً.

ويحتوي القسم الثاني من قائمة المراجع على المراجع الأجنبية التي ترتب فيها أسماء المؤلفين هجائياً، مع مراعاة محاذاتها إلى يسار الصفحة، وترتب المراجع دون النظر إلى نوعية المرجع كتابا كان أم رسالة علمية أم مقالة في دورية علمية.

أولا: إجراءات النشر:

- يتم إخطار الباحث بما يفيد تسلم بحثه خلال 15 يوما من تاريخ التسليم.
- يحرص رئيس التحرير مع مدير المجلة على إفادة الباحث بمدى صلاحية البحث للنشر خلال أسبوعين من تسلم ردود المحكمين.
- في حال وجود ملاحظات حول البحث، ترسل إلى الباحث لإجراء التعديلات اللازمة على أن تعاد خلال مدة أقصاها ثلاثة أشهر من تاريخ تسلم البحث.
- يجوز لمدير المجلة مع رئيس هيئة التحرير بإفادة الباحث غير المقبول بحثه للنشر برأي المحكمين أو خلاصته– عند طلبه–دون ذكر أسماء المحكمين.
- يخضع ترتيب البحوث المنشورة في المجلة لاعتبارات فنية.

ثانيا: عرض الكتب ومراجعتها:

تنشر المجلة المراجعات التقويمية للكتب حديثة النشر سواء الأصلية أو المترجمة، التي تخص مجالات علوم الإعلام والاتصال والرأي العام أو لها علاقة مباشرة به والتي تتوافر فيها الشروط التالية:

- أن يكون الكتاب متميزا ومشتملا على إضافة علمية جديدة.
- أن يكون معد المراجعة متخصصا في المجال العلمي نفسه للكتاب.
- ألا يكون قد سبق تقديم العرض للنشر في مطبوعة أخرى.
- أن يعرض المراجع ملخصا وافيا لمحتويات الكتاب مع بيان أهم أوجه التميز والقصور، على ألا يزيد العرض على (05) صفحات.

ويستهل العرض بالمعلومات التالية:

- العنوان الكامل للكتاب.
- الاسم الكامل للمؤلف، نبذة عن سيرته الذاتية، العنوان الكامل للكاتب، مكان النشر، الاسم الكامل للناشر، تاريخ النشر، عدد الصفحات.
- اسم عارض الكتاب وعنوانه، ونبذة عن سيرته الذاتية. مع تزويد المجلة بنسخة من الكتاب موضوع العرض إذا أمكن

ثالثا: عرض ملخصات الرسائل الجامعية (الماجستير-الدكتوراه):

يراعى في الرسائل الجامعية (الماجستير-الدكتوراه) المجازة للعرض، أن تخص مجالات علوم الإعلام والاتصال والرأي العام، وأن تكون حديثة، وتمثل إضافة علمية جديدة في أحد مجالات المعرفة، وألا يزيد العرض على (10) صفحات، مع مراعاة أن يضم ما يلي:

- مقدمة لبيان أهمية موضوع الرسالة.
- ملخص لمنهج الرسالة وكيفية تحديده، ويكون ضمن الرسالة.
- ملخصا لمنهج الرسالة وفروضها وعينتها وأدواتها.
- خاتمة لأهم ما توصل إليه معد الرسالة من نتائج وتوصيات.

ويراعى في الصفحة الأولى من الملخص أن تشتمل على عنوان الرسالة كاملا، واسم المعد، واسم المشرف على الرسالة ونبذة عن سيرتهما الذاتية (باللغتين العربية والانجليزية)، فضلا عن عدد صفحات الأطروحة والسنة.

رابعا: تقارير اللقاءات العلمية:

تنشر المجلة التقارير العلمية عن الندوات والمؤتمرات ذات العلاقة بمجال علوم الإعلام والاتصال والرأي العام داخل الجزائر وخارجها، وأن تغطي التقارير فعاليات الندوة أو المؤتمر مركزاً على الأبحاث العلمية وأوراق العمل المقدمة ونتائجها، وأهم التوصيات التي توصل إليها.

دعـــــــــوة للنشر

يسر المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام عوتكم للإسهام بنشر:

- **البحوث والمقالات العلمية**: جل البحوث والمقالات التي تعنى بمجال علوم الإعلام والاتصال والرأي العام.
- **تقارير عن المؤتمرات والندوات**: وهي التي تعقد داخل الجزائر أو خارجها وتستعرض فيها قضايا البحوث في علوم الإعلام والاتصال والرأي العام التي تمس القارئ، ومن صميم تخصص المجلة، على أن يشمل التقرير اهداف الندوة او المؤتمر أو المحاور الرئيسية والنتائج وأهم التوصيات.
- **تقارير عن عرض مراجعات الكتب**: تقبل المجلة المراجعات التقويمية للكتب حديثة النشر؛ بحيث يتناول التقرير كل ما هو جوهري، ويتجاوز العرض والوصف والتلخيص إلى التحليل والنقد واقتراح البدائل، وهذا ما يستدعي أن يكون عارض المراجعة في مستوى المؤلف المتمكن حتى يضيف إلى وعي القارئ ما ينبغي أن يكون، إذا كان هناك قصور في بعض الأطروحات او خلل فيما يجب أن يتحقق في المحاور من أجل التكامل الموضوعي، والتحديث المنهجي والجدية في الطرح.

محتويات العدد

محو الأمية المعلوماتية بالتربية الإعلامية

لو تأملنا أخبار اليوم، نحتاج إلى أن نعترف أن تحت سطح الأحداث يكمن واقع افتراضي يمنح السياق الجديد الفوضى والتقدم على حد سواء. فالإعلام يمكن أن يوحد الأمة، مثلما يستطيع أن يفرقها، ويمكن له أن يكون أداة للصراع والهدم أو أداة للسلام وللبناء. لكن على صانعي السياسة في الوطن العربي أن يتعاملوا بجدية مع هذا اللاعب الخطير بشكل عصري وعلمي، لأن مشكلة العصر ليس فقط الإعلام ومضامينه، أنما البيئة التي يعمل بها، ووعي المتلقي واتجاهاته، وقدرته على استيعاب الرسالة الإعلامية بشكل تحليلي ناقد، مثلما هي مشكلة الأسرة والتعليم ورجال الاعلام ومهاراتهم العلمية.

اليوم بدأت أصواتا عربية تتحدث عن علم جديد اسمه (التربية الإعلامية) ، رغم أنه علم ظهر في العالم أواخر الستينات الميلادية، حيث ركز الخبراء في اليونسكو على إمكانية استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام لتحقيق منافع تربوية ملموسة، كوسيلة تعليمية ، ثم تطور بحلول السبعينات الميلادية، وبدأ ينظر إليها على أنها تعليم بشأن الإعلام، وأنها (مشروع دفاع) يتمثل هدفه في حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، وانصب التركيز على كشف الرسائل (المزيفة)، (والقيم غير الملائمة)، وتشجيع الطلاب على رفضها وتجاوزها. وفي السنوات الأخيرة تطور مفهوم التربية الإعلامية بحيث لم يعد (مشروع دفاع) فحسب، بل (مشروع تمكين) أيضاً، يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة. ومع ذلك لازال مفهوم التربية الإعلامية غائباً عند الكثيرين، ويحتاج إلى الوقوف عنده وتوضيحه، كما وإن الجدل مازال قائما بين التربويين والإعلاميين في الوطن العربي على هذا مفهوم كمصطلح، لكنهم متفقون على أهميته في المنهج التربوي. إلا أن عدم وضوح هذا المفهوم جاء بسبب سياسات عدم الوضوح في التنمية والتربية والتعليم. وتعد منظمة(اليونسكو) أكبر داعم عالمي للتربية الإعلامية، وتدعم الكثير من الأنشطة والفعاليات في هذا المجال، ووثائق أنشطتها تعد التربية الإعلامية جزءاً من الحقوق الأساسية لكل مواطن، في كل بلد من بلدان العالم، وتوصي بضرورة إدخال التربية الإعلامية ضمن المناهج التربوية الوطنية، وضمن أنظمة التعليم غير الرسمية، والتعلم مدى الحياة. أن هذه التطورات جعلت التربية الإعلامية أمرًا ضروريا من أجل تشكيل الراي العام ،وتدريبه وإكسابه مهارات القدرة على إبداء وجهات نظر نقدية فيما يقدم له من خلال وسائل الاتصال التقليدية والجديدة ، وتشجيعه على النقد ومساعدته على حسن التمييز بين الحقيقة والزيف ،وبين ما هو ثابت وصائب وماهو تافه وظاهري، ومساعدته على تكوين شخصية مستقلة قادرة على التقييم، وكذلك التعرف على مصادر النصوص الإعلامية، وأهدافها السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية، والسياق التي وردت فيه، والتحليل وتكوين الآراء الانتقادية حول المواد الإعلامية، وإنتاج الإعلام الخاص به، وفهم وتفسير الرسائل والقيم التي تقدم من خلال الإعلام والوصول إلى الإعلام أو المطالبة بالوصول إليه بهدف التلقي أو الإنتاج.

وهذا ما يمكن أن نبني عليه في محاولة فهمنا لطبيعة العلاقة وإشكالية التأثير التي قد تحدث بين قطبي هذه المعادلة وهو الاعلام كوسيلة، والرأي العام، قوة كامنة بمجرد تحريكها أو استفزازها يمكن أن تغير الكثير على أرض الواقع. لذا فإنه

من غير الممكن الحديث عن وسائل الاعلام باختلاف أنواعها دون الحديث عن الرأي العام، ودون تعميق مفهوم التربية الإعلامية، وجعلها ضمانا للتوازن المجتمعي، ورؤية لفهم المشتركات المرتبطة بالعملية الاتصالية.
عربيا، فأننا نحتاج إلى تعزيز الاتصال ومحو الأمية المعلوماتية، وصياغة شراكات ملموسة لدفع عملية تنمية الاتصال، إضافة إلى السعي لتحقيق التكامل في المناهج التعليمية في دول المنطقة فيما يخص مفهوم التربية الإعلامية، وتدشين الفرع العربي من التحالف العالمي من أجل الشراكات حول الاتصال ومحو الأمية المعلوماتية. كما أن هناك عددًا من الإشكاليات في الوقت الراهن أهمها أن المواطنين العرب أصبحوا يلهثون وراء التكنولوجيا للدرجة التي قد تضيع هذه المجتمعات، وقد تطمس هويتها في إطار مفهوم استهلاك المعرفة أو الاستخدام غير المسئول لها، مثلما هناك مشكلات تواجه التربية الإعلامية منها وضعية بعض المدارس العربية نفسها، وعدم تأهلها للعمل بالشكل التكنولوجي فضلًا عن ضعف الإمكانات وفرص التمويل والتحديث.
هناك أيضا إشكالية العناية بالوعي الإعلامي، وخلق ثقافة التفكير النقدي التأملي. إذ أننا نعيش في بيئة مشبعة بالمواد الإعلامية، وينبغي لنا أن نعي أن وسائل الإعلام لا تقدم مجرد عرض بسيط للواقع الخارجي، بل هي تعرض تراكيب مصاغه بعناية تعبر عن طائفة من القرارات والمصالح المختلفة، وهذا الوعي يساعدنا على تفكيك عملية تصنيع المواد الإعلامية، وعلى فهم المنتجات الإعلامية، وفهم كيفية استخدامها. لأن التربية الإعلامية توفر مساحة كبيرة من الفرص المواتية لمعالجة المشكلات النفسية والثقافية والاجتماعية التي يعاني منها الطلاب في المدرسة كمشكلة الأمية الحضارية، والأمية التكنولوجية، والأمية السياسية، علاوة على التوترات التي تنشأ بفعل الاتصال مع الآخرين، وعدم الألفة، والتحيزية والاستغراق في المحلية وغيرها.
وهذا ما دفع مربين أمثال (جورج لوكاس) إلى القول (إذا لم يعلم الطلبة لغة الصوت والصورة، فأننا نعتبرهم أميين تماماً، كما لو تركوا المدرسة دون معرفة القراءة والكتابة)، فالثقافة الإعلامية ضرورة للمدرس والطالب بوصفها مهارات جديدة يحتاج الجميع إلى إتقانها. وهي مهارات تحليل الرسالة الإعلامية ومهارات إنتاجها. فنحن مجتمع أمي بصرياً لا نعرف أن الصورة نص مجرد، يجب أن تقرأ بعناية، وأن لا معنى للصورة دون قراءة، وفهم الصورة يعني فهم ألوانها، ورموزها وتاريخها ودرجة إضاءتها. فالطالب الناجح هو طالب ناشط، ناقد، يفهم لغة الإعلام من صور ونص.
باختصار شديد: إن التربية الإعلامية تقوم على معايير دقيقة، وتعتمد على تنظيم معقد من الأدوار، والمواقع، التي تسهم في العملية التربوية الإعلامية. ووحدة التحليل الأصغر في هذه التربية، ليس الإعلامي وحده، وليس التربوي وحده، بل الأسرة والتعليم والإعلام والرأي العام كشركاء في التربية الإعلامية برمتها.

أ.د. ياس خضير البياتي

أستاذ علم الاجتماع الإعلام

جامعة العلوم والتقنية في الفجيرة –الامارات العربية المتحدة

الإعلام والثقافة والعولمة

دراسة تحليلية للمكون اللغوي في المنظومة الثقافية والإعلامية العربية

Media, culture and globalization

An analytical study of the linguistic component in the Arab Cultural and Media system

د/ عزيز كعواش*

أ.د / سامية جفال *

الملخص

إن عولمة المسألة الثقافية في مكونها الإعلامي والاتصالي، وما يتبعها من مظاهر التأثير والهيمنة قد شغلت حيزا هاما من الجدل الفكري والسياسي منذ سبعينات القرن الماضي وثمانينياته إلى يومنا هذا. حيث ازدادت حدة النقاش والجدال في هذه الألفية الثالثة حول ثقافة الميديا، وخاصة عند ظهور ما يعرف بفكر إعلام ما بعد الحداثة. وتتعرض اللغة العربية كأبرز مكونات الثقافة العربية في ظل العولمة وثورة المعلومات لحركة تهميش نشطة بفعل الضغوط الهائلة الناجمة عن طغيان اللغة الإنجليزية على الصعيد السياسي والاقتصادي والتكنولوجي والمعلوماتي.ومن أجل ذلك سوف نتعرض بنوع من التفصيل إلى كل من مفهوم الإعلام والثقافة في ظل الهيمنة العالمية وموقع الهوية اللغوية العربية كأبرز مكونات المنظومة الثقافية العربية من ذلك؟

Summary

The globalization of the cultural issue in its media and communication component, and its manifestations of influence and domination, has occupied an important area of intellectual and political debate since the 1970s and 1980s to this day. Where the intensity of the debate and debate increased in this third millennium about media culture, especially when the emergence of what is known as the idea of postmodern media. As the most prominent component of the Arab culture in light of globalization and the information revolution, an active marginalization movement is exposed to the Arab language due to the tremendous pressures resulting from the tyranny of the English language on the political, economic, technological, and information levels. For this we will be exposed in some detail to both the concept of

* - أستاذ محاضر أ ، كلية الآداب واللغات–جامعة بسكرة–الجزائر/**Aziz.kaouache@univ-biskra.dz**

* - أستاذ التعليم العالي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية– جامعة بسكرة–الجزائر/**Samia.djeffal@univ-biskra.dz**

media and culture in light of global domination and the location of the Arabic linguistic identity As the most prominent components of the Arab cultural system?

مقدمة

تقوم وسائل الاتصال في الحياة البشرية بدور أساسي في حماية الثقافة ونقلها وتغييرها أيضا. وهي ذات وظيفة تنموية تعمق الهوية الثقافية قوميا ووطنيا وتقاوم الغزو الثقافي. وكما يرى تقرير اليونسكو[1]أن وسائل الاتصال هي أدوات ثقافية تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها. وعلى حفز وتعزيز ونشر الأنماط السلوكية وتحقيق التكامل الاجتماعي. وهي تلعب أو يتعين عليها أن تلعب دورا أساسيا في تطبيق السياسات الثقافية، وفي تسيير إضفاء طابع ديمقراطي على الثقافة. وهي تشكل بالنسبة لملايين من الناس الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وجميع أشكال التعبير الخلاق. كذلك للاتصال دور في تدبير شؤون المعرفة وتنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع، وبخاصة جمع المعلومات العلمية ومعالجتها واستخدامها. وهو يستطيع احتمالا على الأقل إعادة صياغة القالب الثقافي للمجتمع.

إن العلاقة بين الإعلام والثقافة بمكوناتها المختلفة وعناصرها المشكلة لمنظومتها علاقة تبادلية،حيث تقوم وسائل الإعلام بدور هام وأساسي في نشر الثقافات المختلفة، كما تعطي نظريات الإعلام المختلفة ولاسيما نظريات التدفق الدولي للمعلومات أهمية كبرى للعوامل والعلاقات الثقافية. وللتدليل على ذلك نجد أن أشهر النظريات الشارحة للتدفق الإعلامي الدولي هي التصور الذي طرحه **هربر شيلر** Herbert schillerويحدد فيه عدة متغيرات تحكم حجم واتجاه ومضمون التدفق، وكان من ضمن هذه المتغيرات "**الصلات الثقافية**" [2]. ويقصد بالصلات الثقافية مجموعة الصلات الفعالة بين الدول، وتقاس باللغة المشتركة وحجم الهجرة بين رعايا الدول، وحجم التزاوج بينهم، وحجم سفر مواطني الدول إلى دول أخرى، والوضع الحالي أو السابق لكل دولة بالنسبة للدولة الأخرى كعلاقة الدولة المستعمرة بالدولة التي تستعمرها، أو الدول الحامية بالنسبة للدول التي كانت محمية من قبل والعكس. وهنا يفترض شيلر أن تدفق المعلومات بين الدول التي تربطها مثل هذه الصلات الثقافية يكون أكبر من التدفق بين الدول التي تربطها مثل هذه الصلات الثقافية وتكون أكبر من التدفق بين الدول التي لا ترتبط بمثل هذه الصلات أو التي لا يربطها سوى قدر ضئيل منها.

وإذا أخذنا أحد تلك الصلات الثقافية وأكثرها ظهورا وهي اللغة فلعل دور وسائل الإعلام الجديد وفي ظل العولمة والعولمة الإعلامية لا يقف عند حد التأثير على ممارسة اللغة، وتشكيل الثقافة اللغوية وغيرها من الثقافات. بل يتعدى ذلك إلى بناء الشخصية، وأداتها في ذلك كله اللغة وما يصاحبها من حركات وسكنات. وهذه اللغة

المستخدمة من خلال الإعلام هي التي تسود ممارستها لدى المتلقين، فإذا كانت في إعلامنا العربي مثلا لغة عربية فصيحة اكتسبها المشاهدون وسادت ممارستها على ألسنتهم، والعكس إن كان الحال غير ذلك.

ومن هنا نتساءل حول ما إذا كانت الثقافة وما تحمله من مكونات وعناصر مشكلة لها وخاصة اللغة من جهة والإعلام من جهة ثانية شيئا واحدا، وأن الثقافة في ظل العولمة والعولمة الإعلامية إن هي إلا الرسالة التي يتولى الإعلام نقلها؟

الثقافة ونظم الإعلام الجديد

قام المؤتمر العالمي بشأن السياسات الثقافية التي دعت إليه اليونسكو عام *1982* بالمكسيك، واشتركت فيه غالبية الدول العربية بتحديد طبيعة الصلة بين الإعلام والثقافة كما يلي[3]:« الاتصال هو أحد العناصر المكونة للثقافة، لأنه مصدر تكوينها وعامل من عوامل اكتسابها وثرائها، وأنه يساعد على التعبير عنها ونشرها ». فلا يمكن تصور الثقافة بدون تعبير أو إبلاغ، إذ لا حظ لأي ثقافة كانت من الوجود إذا لم تؤازرها أجهزة الإعلام. كما أنه لا سبيل أمام أجهزة الإعلام للنجاح بدون زاد ثقافي يشد اهتمام الجمهور إليها. لقد أفاد الإعلام من الثقافة الشيء الكثير، ففي الأداء الإعلامي تستخدم الأدوات السمعية والبصرية والوسائل الحافزة على التفكير والتدبير وإعمال الخيال وكلها من أدوات الثقافة. وأجهزة الإعلام هي التي يوكل إليها مساعدة الثقافات على التلاحق، وهي في الوقت نفسه مطالبة بوقاية هذه الثقافات من العواصف الهوجاء والتيارات الهدامة.« فالإعلام وسيلة الثقافة للانتشار؛ فهو يعطيها الشكل والوسيط وهي تعطيه المعنى والروح. فالثقافة هنا هي ذلك الجوهر الذي تحويه وسائل الاتصال الجماهيري ».[4]

إن علاقة الإعلام بالثقافة هي في جوهرها علاقة النوع بالكل إلا أنهما كثيرا ما يتداخلان إلى حدّ التطابق، يشهد على ذلك التطابق الشديد بين السياسات الإعلامية والسياسات الثقافية. فالإعلام هو الجانب التطبيقي المباشر للفكر الثقافي والسياسة الثقافية.

وثمة من يفصل بين ما هو ثقافي وما هو إعلامي. ورغم تفرع التعريفات وتعددها للثقافة والإعلام فلا شيء يفصل بين الاثنين. وذلك أن الإعلام هو مرآة عاكسة لديناميكية الحياة الاجتماعية بكل تفرعاتها، والإعلام والثقافة عناصرها الرئيسية. وحتى لا نتوه في محيط التعريفات فإن هناك اتفاق أو شبه اتفاق على وجود تكامل بين الإعلام

والثقافة من حيث المعرفة والإبداع والقيم والسلوك. فالثقافة تعتبر منظومة متكاملة تضم في إطارها المعارف والمعلومات المتوارثة أو المنقولة، التي لها صلة بشؤون حياة الإنسان وتفسيراتها ووسائل نشر الإبداع والمعارف والمعلومات. إلى جانب الإبداع الفني والأدبي والعقائدي والقيمي وأنماط السلوك وعلاقاتها بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

كما ترسم الثقافة تراث الأمة المادي والروحي الذي يشكل خصائصها وقيمها وصورتها الحضارية. أما الإعلام هو أداة التفسير والنشر، فوسائل الاتصال والإعلام هي الأداة الناقلة للثقافة، من حيث أنها تساعد على دعم المواقف الثقافية والتأثير فيها وحفر الأنماط السلوكية وتعزيزها وطرح مفاهيمها على الجمهور من خلال البث والنشر والشرح لما يمكن اعتباره فعلا ثقافيا عضويا.[5] بل لا ينحصر دور وسائل الإعلام في عملية النقل والنشر وحسب، بل تحقق في تعاضدها مع الثقافة نوع من التكامل الاجتماعي ويجعلها تلعب دورا أساسيا في بلورة الثقافة وإزالة ما لصق بها من التشوهات التي لحقتها.[6]

إن التبادلية في العلاقة بين وسائل الإعلام والثقافة سمة أخذت في البروز في بحوث الإعلام، حيث أن وسائل الاتصال تستمد الإطار العام لعملها وقيمها من الثقافة المحيطة بها، كما أنها بدورها تعد من أهم أدوات الثقافة لأي مجتمع، فهي تقوم بوظيفة غرس القيم الثقافية في المجتمعات المختلفة. فالتبادلية عملية أخذ وعطاء دائمة بين الثقافة والإعلام، وهي ككل العمليات الحضارية تخضع لقانون التطور سواء كان تطورا فكريا أو تطورا تكنولوجيا. ولقد استدعى التطور أن تكون الوسائل الإعلامية هي الروافد المستقبلية للثقافة، ذلك أن الثقافة المعاصرة المتجهة إلى المستقبل تبدو أكثر ما تكون ارتباطا بالإعلام من أي وقت مضى.[7] ولذلك تشكل وسائل الاتصال في المجتمعات الحديثة أدوات ممتازة لنشر الثقافة، فهي تلعب دورا كبيرا في التوصيل الثقافي وانتقاء المحتوى الثقافي وابتداعه والقضاء على المخاطر التي تهدد الذاتية.

بل تفاقم خطر الإعلام في علاقته بالثقافة، إلى الحد الذي جعلت **مدرسة فرانكفورت** وهي البادئة في إدراج قضايا الإعلام الجماهيري ضمن التنظير الثقافي الحديث، تهدف للوصول إلى نظرية اجتماعية تأخذ في اعتبارها الجوانب الاقتصادية والسياسية والثقافية لنظم الإعلام الحديث. ويرى **تيودور أدورنو** و**ماكسهوركهيمر** Max . A Horkheimer &Theodor[8] مؤسسا مدرسة فرانكفورت وسائر منظريها أن مؤسسة الإعلام الحديث ما هي إلا أداة للسيطرة الاجتماعية وإعادة إنتاج المجتمع بأنماطه السائدة. ويرون أن الإعلام الحديث يعمل على إخماد

نوازع التفرقة الطبقية وعلى ضمور الوعي الثوري لدى الطبقات المستضعفة وعلى دمج العمال في نسيج المجتمع الرأسمالي المعاصر.

فإذا كان الاقتصاد العالمي على سبيل المثال يسعى على حد تعبير **شيلر** إلى تعزيز سيطرته من خلال تحالف رأس المال العالمي وتحطيم الحواجز الجمركية وتوحيد السوق العالمية. فإن القضية في المجال الثقافي تصبح كيفية توظيف الإعلام والثقافة في مجتمعات العالم الثالث لخدمة هذه الأهداف. أي ترسيخ تبعيتها الاقتصادية بوضع الإمكانات الثقافية والإعلامية في صالح رأس المال العالمي وأجهزته وتحويل العالم إلى قرية اتصالية شديدة الترابط.[9]

لقد صار للإعلام مطابخه التي تجرى فيها غربلة وفلترة واختيار المادة التي ستقدم للمتلقين، قراء كانوا أو مستمعين أو مشاهدين. فالجهاز الإعلامي في هذه الحالة سيقوم باختيار مادة من بين مجموعة مواد تبعا لمقاييس محددة. وبذا فإن الإعلام يصبح صانع ثقافة في هذه الحالة وليس مجرد ناقلا لها.[10] والخيار متاح للإعلامي وللمؤسسة الإعلامية بالمعنى الأدق بين الثقافات المختلفة، ليقرر أجدى وأنسب حسب معاييره لتقدم للجمهور، وأيها تبعا للمعايير إياها بأن تحجب. ومن هنا تبدأ عملية التأثير الإعلامي[11] الفعلي على المتلقين لهذه الرسائل الموجهة.

ولذلك ميز بعض الأكاديميين[12] في دراستهم لطبيعة العلاقة التي تجمع الإعلام بالثقافة؛ بين الإعلام بمعنى الاتصال *Comunication* وبينه كمنتج إعلامي. ففي الحالة الأولى هو عملية تبادل المعلومات والحقائق والآراء والأفكار والرسائل فيما بين الأفراد والجماعات، وهذا يمنحه ميزة أن يكون الناقل الأساسي بل الوحيد للثقافة. أما في الحالة الثانية فإنه عبارة عن مخرجات وسائل الاتصال بما تحتويه من المعلومات وآراء وأفكار ورسائل وسائر مضامين الأنشطة والإبداعات الثقافية. وبهذا المعنى فإنه يصبح جزءا من الثقافة أو هو الثقافة نفسها. وسواء كان الإعلام ناقلا رئيسا أو وسيطا للثقافة أو كان جزءا من الثقافة أو هو الثقافة نفسها، فإن دوره في الحالتين شديد الدقة والخطورة. فحتى في حالة كونه ناقلا أو وسيطا فهو لا يؤدي هذه المهمة بحيادية وبراءة.لأن وسائل الإعلام « أضحت اليوم متأثرة إلى حد بعيد بالتكنولوجيا العامة والتكنولوجيا الاتصالية خاصة، هذه التكنولوجيا التي استطاعت القيام بالاختراق الثقافي. أي أن السيطرة أصبحت للتكنولوجيا ومن يسيطر عليها بإمكانه بث الثقافة التي يريد محمولة عبر التكنولوجيا ».[13]

الثقافة ومحورية اللغة في منظومة ثقافة المجتمعات

عدّ الأنثربولوجيون اللغة أحد العناصر المكونة للثقافة، وذلك لاعتبارهم « اللغة نمطا هاما من الأنماط الثقافية التي تتكون من خلالها ثقافة مجتمع ما، بل تعد عند معظم الانثربولوجيين أهم هذه الأنماط لأنها تعتبر الوعاء الذي يحتوي جميع الأنماط الثقافي ة وسماتها »[14] من ناحية، كما أن كل ما يكتسبه الفرد ويتعلمه من هذه الأنماط يصل إلى عقله ووجدانه من خلال اللغة من ناحية ثانية.

إن دور اللغة في المجتمع لم يقتصر على اعتبارها أداة للاتصال بين أفراده فقط، بل أصبحت تمثل جزءا أو عنصرا مهما من عناصر الثقافة.[15] بل هي أهم وأعظم العوامل التي أدت إلى تقدم الثقافة. وأن فهمها فهما جيدا يتوقف على فهم أنماط الثقافة السائدة في المجتمع الناطق بها. فدراسة العلاقة الواضحة بين اللغة والمحتوى الثقافي لا يعني شيئا أكثر من أن اللغة لها أساس ثقافي، وبالتالي لا يمكن تحديد مفردات اللغة ودلالاتها تحديدا دقيقا إلا بمعرفة البيئة الثقافية لهذه المفردات أو لهؤلاء الناطقين بها، وهذا ما يقصده الأنثروبولوجيون والاجتماعيون حينما ذهبوا إلى أن اللغة شيء أكبر مما نجده في المعاجم، وأن دراستها دراسة عميقة تحتاج إلى التعرف على الروابط اللغوية بين أنماط اللغة وأنماط الثقافة.[16]

ومن خلال اللغة يمارس أفراد المجتمع مجموعة من السلوكيات المادية والمعتقدات المعنوية التي تصل إلى عقلهم ووجدانهم. [17] وبما أن الإنسان يكسب هذه السلوكيات والعادات والمعتقدات – التي هي عبارة عن ثقافة – بواسطة اللغة فقد « اعتبر الأنثربولوجيون أن اللغة وعاء لهذه الثقافة ».[18] وعلى هذا الأساس المتمثل في الارتباط الوثيق بين اللغة والثقافة بني هؤلاء دراستهم لمختلف المجتمعات للتعرف على ثقافتها، حيث اعتبروا تلك العلاقة هي المفتاح الذي يساعدهم على الولوج إلى هذه المجتمعات ومعايشتها.[19]

كما ذهب الانثربولوجيون أيضا إلى أن اللغة أحد العناصر الأساسية الحاملة للثقافة، وذلك لأن « نشأة الثقافة ونموها لا يتم بدون اللغة التي تمكن الإنسان من تحقيق التعاون والاتصال مع غيره، والعمل على تأصيل خبراته وحفظها، وتواصل هذه الخبرة واستمرارها من جيل إلى آخر».[20] فإذا كانت الثقافة هي الآداب والفنون والمعارف التي تنتقل إلى عقل الإنسان ووجدانه، فان هذا الانتقال لا يتم إلا عن طريق اللغة.[21] فالمجتمعات الإنسانية لم تعرف الثقافة إلا عندما عرف الإنسان كيف يشير إلى الأشياء والعلاقات. وبما أن« ظهور الثقافة قد ارتبط بظهور الرموز أو

العلامات التي تكون نظام اللغة. وبما أن الثقافة ارتبط وجودها بوجود اللغة فانه من أبرز مميزات الثقافة أنها خاصية ينفرد بها الكائن الإنساني وحده».[22]

لقد لعبت اللغة أهم أدوارها في بناء التراث الاجتماعي البشري وذلك عن طريق نقل الأفكار والمعارف والاتجاهات والرموز بسهولة ودقة، ولولا قيامها بهذا الدور ما قدر للثقافة أن تظهر إلى عالم الوجود. فالدين والتاريخ والقانون والآداب لا تعرف إلا باللغة وفي اللغة، وكذلك العناصر المادية لها علاقة باللغة بل هي عبارة عن عناصر فكرية مجسدة في الأعمال أي قبل أن تكون أشياء ملموسة كانت أفكارا،ومن ثم فهي تعرف باللغة[23]بل هي جزء من نظام اللغة.

فالثقافات الإنسانية يتميز بعضها عن بعض، وتختلف في مدلولاتها ومضامينها من مجتمع لآخر، ولا تعبر عن تلك المضامين الثقافية إلا اللغة التي وعت معانيها، فمثلا مضامين الثقافة العربية الإسلامية لا تعبر عنها — اصدق تعبير — إلا اللغة العربية و تعبر عن مضامين الثقافة الفرنسية اصدق تعبير اللغة الفرنسية.[24] فكل لغة تعبر عن ثقافة المجتمع الناطق بهذه اللغة. فاللغة بهذا الشكل هي الوعاء الحامل للثقافة عبر الحضارات المختلفة ووعاء لحفظها أيضا وذلك لأنها « مخزون التراث الإنساني على مدى الزمان وهي في ذلك السجل الحقيقي لحركة الإنسان في التاريخ الذي تنطبع على صفحته كل الأحداث وكل التغيرات الاجتماعية والثقافية والسياسية ».[25] وهذه الأحداث والتراكمات تنطبع على شكل كلمات تنتقل من حضارة إلى أخرى ومن جيل إلى آخر لا تفنى، ولا تتوقف عن التعبير عن تلك الثقافات الإنسانية المختلفة، أصدق تعبير.

أما مشكلة طبيعة العلاقة بين اللغة والثقافة فقد أخذت النصيب الأوفر في بحوث العلماء. فهي « عند ***سابير*** علاقة فاعلة ومتفاعلة في آن واحد».[26] ذلك لأن لغة أي المجتمع تعتبر مظهرا من مظاهر ثقافته ومحاولة فصل اللغة عن الثقافة يعد عملا منافيا لطبيعة كل منهما.[27] ولهذا يمكن أن نصف الثقافة بنفس الطريقة التي يمكن أن نصف بها اللغة،«فاللغة تظهر في شكل علامات أو كلمات مكونة من أصوات تحمل دلالات معينة والثقافة تظهر في شكل صور مادية لها قيمة دلالية أو استجابية من قبل الجماعات».[28] وهذه القيم الدلالية والاستجابية تتم بلا شك بواسطة اللغة.

وكذلك تظهر العلاقة التكاملية بين اللغة والثقافة في أن الثقافة تساعد على تطوير اللغة وذلك من خلال إمدادها بالمفردات والمعاني،ويتمثل إمدادها في المفردات من خلال الاختراعات الجديدة التي تبتكر لها أسماء جديدة

كما أن«ضمور الثقافة وتوقفها عن الاختراع المادي والإنتاج الفكري يؤدي حتما إلى وقوف تطور اللغة في الدلالات والمعاني ».[29] ويضيق أفق اللغة وتعجز عن التعبير عن الأشياء المستحدثة التي لم يكن لثقافة تلك اللغة فضل في اختراعها،[30] ومن ثم تعجز عن إيجاد مسميات لهذه الاختراعات. ولعل أوضح مثال على ذلك اللغة والثقافة العربيتان فعندما توقفت الثقافة العربية عن مواكبة التقدم التكنولوجي العصري في الاختراع، أثرت على اللغة العربية التي أصبحت تعاني من بعض القصور في التعبير عن المستحدثات من الأشياء التي اخترعتها ثقافات الغرب، وأصبحت المجامع اللغوية العربية تعاني مشكلات في كيفية تعريب المصطلحات الخاصة بتلك المخترعات في الثقافات الأجنبية.[31]

وأيضا وفي الوقت ذاته تغني اللغة الثقافة بما تضفيه إلى حصيلتها، من معارف وخبرات تعبر عنها في شكل كلمات ومصطلحات تنتقل بهذه المعارف والخبرات إلى العقول والقلوب والثقافة ومن هنا كان غنى اللغة واتساعها دليلا على عمق ثقافة الأمة، وكان فقرها وقلة حصيلتها اللغوية دليلا على ضمور الحضارة وضعف الثقافة.[32] أما عن علاقة اللغة بمنظومة الاتصال الجماهيري، فاللغة هي أحد العناصر الرئيسية التي تشكلها، إذ أنها تشغل المكان الأساسي في جميع مجالات الاتصال " الصحافة . الإذاعة . التلفزيون . السينما . المسرح". فاللغة هي صلب الرسالة الإعلامية بأبعادها النفسية والاجتماعية والثقافية.[33]

عولمة الإعلام والهيمنة الثقافية

غير أن أشد ما ميز العلاقة بين الإعلام والثقافة في عصر عولمة الإعلام، وفي ضوء هذا التطور التكنولوجي، طغيان وهيمنة ثقافة الصورة التي حلت محل الثقافة المكتوبة في أداء وظيفة الاختراق الثقافي بفعل عملية التأثير الإعلامي.[34]فما هو حاصل فعلا اليوم في ظل العولمة الإعلامية والثقافية، أن تكنولوجيا الصورة شكلت تهديدا للتعددية الثقافية وعدوانا سافرا لمبدأ احترام الهويات الثقافية للشعوب المختلفة الأقل تطورا. إذ عجزت الثقافات المختلفة عن استخدام تكنولوجيا الاتصال في تأكيد هوياتها الثقافية والتفاعل بروح إيجابية مع حقائق وأوضاع عولمة الإعلام.[35] إن هذا التطور السريع للتكنولوجيا الجديدة نحو إحكام الصورة ونمو البنى المصنعة التي تمد سيطرتها على الثقافة وعلى الإعلام، يخلق مشكلات وأخطارا.

يقول **عبد الإله بلقزيز**:[36]« في وسعنا تعريف ثقافة العولمة سلبا بالقول إنها ليست الثقافة المكتوبة ... ثقافة العولمة هي ثقافة ما بعد المكتوب ... وليست ثقافة ما بعد تلك سوى ثقافة الصورة...الصورة اليوم هي المفتاح السحري للنظام الثقافي الجديد؛ نظام إ نتاج وعي الإنسان بالعالم، إنها المادة الثقافية الأساس التي يجري تسويقها على

أوسع نطاق جماهيري، وهي تلعب . في إطار العولمة الثقافية . الدور نفسه الذي لعبته الكلمة في سائر التواريخ السالفة. إن الصورة أكثر إغراء وجذبا واشد تعبيرا وأكثر رسوخا والتصاقا بالعقل...والصورة لا تتطلب مهارة ومعرفة للغة، لان الصورة لغة عالمية تفهمها جميع الأمم والشعوب والبشر كافة، سواء كانوا جهلة أو متعلمين، لأنها قادرة على تحطيم الحاجز اللغوي ».

وأظهرت الدراسات التطبيقية أنه كلما قلت المعلومات المقروءة حول الموضوعات المختلفة من ثقافية وأدبية وسياسية، أي كلما قلت الخلفية الفكرية المقروءة من خلال الكتاب أو الصحيفة حول الموضوعات الحيوية الجارية، كلما زادت وارتفعت قدرة الصورة المرئية على احتواء الفرد ووضعه تحت سيطرتها. فتزداد بالتالي احتمالات تكاثر الظواهر السلبية للمعلومات المصورة أو المرئية المسموعة، وما يتبع ذلك من آثار سلبية تؤدي إلى تفاقم مشكلات الديمقراطية وضياع حق الفرد في المشاركة الفعالة تجاه القضايا المختلفة من اجتماعية وسياسية وثقافية[37]. وأخيرا الوقوع في فخ السيطرة الفكرية والهيمنة على طرق تفكير الشعوب.

ومن هنا اتجهت مسألة الهيمنة في المنظور الأمريكي الحديث إلى صراع ثقافي من أجل تغيير العقلية الشعبية، ومن أجل نشر الأفكار الفلسفية الجديدة التي يثبت أنها صحيحة من الناحية التاريخية لدرجة أنها تصبح قيما عامة سواء من الناحية التاريخية أو الاجتماعية. ولذلك وفي فكر ما بعد الحداثة فإنه لا يمكن لجماعة واحدة أن تحتفظ بالهيمنة دون أن تتكيف مع الظروف المتغيرة، وهي عملية ديناميكية قد تتطلب تقديم تنازلات إستراتيجية معينة للقوى التي تعارض سلطتها الأيديولوجية. والسيادة لا تفرض أو تقبل بطريقة سلبية، كما يقول **ولياز** *Williams* ، بل إنها عملية يجب باستمرار أن تجدد، ويعاد تشكيلها والدفاع عنها وتعديلها في علاقتها بضغوط عديدة ليست كلها نابعة منها.[38] وقد تشكلت الهيمنة الثقافية الأمريكية في سياقها الإعلامي انطلاقا من هذا المفهوم للسيادة في الأبجديات الأمريكية المعاصرة وفي ظل التفوق المعرفي والتكنولوجي.

وتمثل نظرية "**الإمبريالية الإعلامية**" التي أسسها **هربر شيلر** والفكر المناهض لها، أحد المحاور الأساسية في الخطاب الإعلامي الحديث. ويقصد بالإمبريالية الإعلامية استخدام قوة الميدْيَا من أجل فرض القيم والعادات والنزعات الاستهلاكية، كثقافة أجنبية وافدة على حساب الثقافة المحلية.

وإذ يمثل الإعلام رهانا من أهم رهانات العولمة وآلياتها في تعميم الثقافة ونشرها، فمن المفيد أن لا نغفل صيحة *Herve Bourgees* الداعية إلى تخليص الإعلام وبالتالي تخليص الثقافة التي يحملها من التبعية. لأنه لاحظ

أن اختلال التوازن بين الأقوياء والضعفاء في المستوى الاقتصادي قد رافقه بل نتج عنه اختلال آخر أكثر ضراوة وأخطر، لأنه يمس مجال المعلومات وتدفقها بطريقة تعسر السيطرة عليها ويعز التحكم فيها. يقول **هارفي بورج**[39] Harvey Burg« إن تدفق المعلومات في الوقت الراهن يحمل كل مساوئ الليبرالية الحديثة، بمعنى أنها يتم لصالح الأقوياء على حساب الضعفاء. فقانون " **أتركه يفعل** " إنما هو قانون الغاب، وأنه من الجلي أن حظوظ بلدان العالم الثالث وإمكانياته في المجال الإعلامي أقل بكثير من حظوظ البلدان المتقدمة وإمكانياتها، والفارق بين هذه وتلك لا ينفك يتعاظم كما في الميادين الأخرى.

اللغة الإعلامية العربية كمكون للثقافة العربية وتأثيرات العولمة

يعد الإعلام أكثر الأنشطة الاجتماعية استخداما للغة منطوقة كانت أم مكتوبة. لذا تقع على لغة الإعلام مسؤولية النهوض بالأداء اللغوي للمجتمع ككل. وكما يمكن أن يفيد الإعلام اللغة ويعمل على توحيد استخدامها. يمكن لهذا الإعلام . إن قَصَد التزييف والتمويه . أن يضر باللغة أشد الضرر. فأكثر ما يضر اللغة كما يقول **جورج أورويل** George Orwell هو عدم الإخلاص ... لأن التضحية باستخدام العربية الفصحى في وسائل إعلامنا تعني نسف إحدى الدعامات القليلة الباقية في وحدتنا الثقافية.[40]

لقد بات تأثير وسائل الإعلام على الثقافة اللغوية ولغة الحديث كبيرا. حيث يتعرض الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام والاتصال إلى العديد من الأنماط اللغوية التي تتفق أو تختلف أو تتشابه مع اللغة التي يستخدمها الناس، فتستطيع وسائل الإعلام من خلال كلمات الحوار أو الحديث أو اللغة أن تؤكد على معاني لغوية موجودة بالفعل و تثريها، وهي بذلك تقوم بوظيفة لحفظ التراث اللغوي والثقافي للجمهور. ولكن عندما يتم استخدام كلمات ومصطلحات وتعبيرات لغوية جديدة في شتى وسائل الإعلام وتصبح النمط اللغوي الشائع في المنتجات اللغوية المختلفة تبدو هنا عملية التغير والتأثير على لغة الجمهور والمستخدمين وخاصة كثيفي الاستخدام. وعندما اتجه الصحافيون العرب مثلا إلى استخدام لغة بسيطة وابتعدوا عن اللغة العربية الفصحى والكلمات الصعبة غير المستخدمة ابتدعوا لغة جديدة لا هي عربية فصحى ولا هي عامية، وأطلقوا عليها لغة الصحافة، وكان من نتيجة ذلك اختلاف النمط اللغوي المستخدم في الصحف والمجلات عن الكتب الثقافية أو التعليمية والمتخصصة.[41]

إن الاستعمال الخاطئ للغة سواء أكان ذلك داخل وسائل الإعلام أم خارجها يعطل فكر أهله، ويشل قدرات الناس الذهنية ويفسد ألسنتهم. وعندما تمر المجتمعات بفترات سيئة في تاريخها ينعكس ذلك على لغة الإعلام،

لأن الواقع بشذوذه وتشابكه وتعقيده عندما ينعكس في الإعلام لا بد أن تبدو صورة الشذوذ والتشابك والتعقيد في اللغة المستخدمة أيضا.[42]

واللغة العربيّة قد مرت بعصور مظلمة، فقدت فيها مكانتها الرفيعة بين اللغات، وفقدت فيها انتشارها الواسع في أقطار العالم، وواجهت حروبا شعواء تمثّلت في مجالات كثيرة خطيرة مثل الدعوة إلى العاميّة، والدعوة إلى الكتابة بالحروف اللاتينيّة. وذلك إثر الهزيمة الثقافيّة التي يعاني منها بعض أبنائها، والتبعيّة الذليلة للغات والثقافات الأخرى، والدعوات المتكرّرة التي تجنح إلى تبني العاميّة بدلا من الفصحى، ناهيك عن مزاحمة اللغات الأجنبية لها نتيجة الاستعمار وعقوق بعض أبنائها الذين يرون في الحديث والكتابة باللغات الأوروبيّة دليلا على التقدّم والرقي. هذا كلّه وأكثر جعل من استخدام اللغة العربيّة الفصحى ينحسر، ويظهر ذلك جليا في وسائل الإعلام المختلفة. فعلى الرغم من فضل الإعلام على العربية في تطويرها ونشرها وخلق لغة سهلة جديدة، فهو بذلك قد فتح الباب أمام مظاهر هدم الهويّة اللغوية العربيّة، حتى أُستسهل خرق قواعدها الرصينة بدعوى التيسير.

وموضوع العربية في وسائل الإعلام ومنها الفضائيات العربية خاصة، نال اهتماما كبيرا في السنوات الأخيرة من طرف أهل الاختصاص، وذلك لما تمثله كل من اللغة العربية ووسائل الإعلام العربية الجديدة من قوة فاعلة، ولمكانة كل واحدة منها، حيث لا يمكن الاستهانة بأحدهما على حساب الآخر. ويذهب إبراهيم مراد في دراسته التي تناول فيها الاستعمال اللغوي للبرامج الإذاعية والتلفزيونية إلى أن كل استعمال لغوي يتأثر بالمقام الذي يرد فيه، وبدرجة معرفة المستعمل باللغة في ذلك المقام. والمقامات التي تؤثر في الاستعمال اللغوي في كل من الإذاعة والتلفاز هي البرامج ذاتها، والمستعملون الذين تؤثر درجة معرفتهم باللغة في الاستعمال اللغوي هم منتجو البرامج ومن يرافقهم.[43]

فمن حين لآخر تثار مشكلة اللغة العربية في التلفاز وفضائياته، وكيف تلقى على الناس متعثرة بأخطاء النحو والنطق، وكيف تعمل على نشر الخطأ في أوسع نطاق بقوة التلفاز وهيمنته على الحواس والأذواق.[44]

فعلى الرغم مما لعبته وسائل الإعلام والاتّصال من دور في تقريب الفصحى من لهجاتها بالاستنجاد باللغة الثالثة التي تستجيب لمتطلبات الحياة العصريّة، إلا أن العربيّة في ظل وسائل الإعلام لا تخلو من التشويه والتحريف، فالسهولة التي تميّزت بها لغة الإعلام جعلت من مستخدميها ينأوا في كثير من الأحيان عن العرف اللغوي، وقد أدى ذلك إلى التساهل في قواعد اللغة أحيانا؛ نحوها وصرفها، أو إلى استخدام العاميّة في ثنايا الحديث بها، أو خلط العربية

بالأجنبية وإدراج ألفاظ منها أو حتى تعابير، لتظهر بذلك مشكلات اللغة العربية مع الإعلام التي تجاوزت الفصحى الجديدة.

ومن المؤكد أن الصحافة ووسائل الإعلام المسموعة والمرئية ووسائل التواصل الاجتماعية الحديثة هي المؤثرة بصورة لا تنزع في رسم الكلمات والتعابير على ألسنة الجماهير التي تقرأ والتي تسمع وتشاهد بصورة مقترنة بالكلمة، فإن استعملت الصحف والإذاعة والتلفزيون الفصيح والصحيح من اللغة كانت خير معين على حفظ العربية وجريانها على الألسنة. وإن هي استعملت اللغة مشوبة بالعَجْمة والأخطاء والركاكة كان دورها أقوى من كل عامل آخر في تعويد الألسنة على العجمة والأخطاء. ومصداق ذلك أننا نشاهد ونسمع في أوساطنا في مختلف المستويات من الأخطاء ما أصبح ثابتا وراسخا. وأمام هذا الوضع الذي لا حيلة في دفعه أو تغييره راج المثل القائل " خطأ مشهور خير من صواب مهجور " فهذا الوضع اللغوي يعمل على تفتيت حصاة اللغة وخلخلة بنائها من الداخل وإفساد أذواق المتعلمين.[45]

كما يواجه المتلقي العربي اليوم لوسائل الإعلام الجديدة تحاديا آخر في مجال تحليل الرموز، يتمثل في استقبال رموز لفضية باللغة الفصيحة أحيانا، وبالعامية أحيانا أخرى. فعلاوة على ما يرتكب من أخطاء نحوية وتعبيريّة في حق العربيّة، نجدها كذلك لا تخل من مظاهر تسلل العاميّة، ففي ثنايا الحديث بالفصحى تتدخّل العاميّة وتخلط بها خلطا يصعب تفكيكه، حتى تبدو الألفاظ العاميّة من هذا الاستعمال وكأنها الفصحى، ويستصيغها المتلقي ويعتادها بدل الأصل، فلا يجد بعد ذلك الإعلاميون حرجا من استعمالها بحجة وبغير حجة.

ومشكل العامية أكبر بكثير مما يتصور، فغزو العامية في التعاملات اليومية ومن خلال وسائل الاعلام عاود الظهور ليفجر مشكل العامية مقابل الفصحى، و محاولة ارسائها منخلال الغزو الذي تبحثه القنوات الفضائية لتشتغل بذلك الدعوة المضللة والتي فحواها أنه يمكن للعاميات (اللهجات) مسايرة التطور الحاصل عكس الفصحى التي وصفت بالتعقيد والتراثية.[46]

إن تبني وسائل الاعلام العربية بما فيها الفضائيات للعامية عن قصد أو غير قصد أمر له خطورته المركبة، أولا لسرعة انتشار وتاثير وسائل الإعلام، وآخر لأن هدم الفصحى بالعامية قد جاء بمعاولنا ومن داخلنا هذه المرة، وكأننا حفرنا لأنفسنا الخنادق المضادة للتجاوز، و نحقق بذاك رغبة استعمارية فشل الاستعمار في الفوزي بها.[47]

ولا يقتصر الأمر على وسائل الإعلام العاديّة التقليدية، بل لقد طال تكنولوجيا الاتصال العصريّة من حاسوب وجوّال لاتّصالهما بشبكة الأنترنت، فظهر أثر ذلك جليّا في لغة (الشات) " هذه اللغة ذات المصطلحات الخاصّة التي تختلط فيها اللغة الأجنبيّة باللغة العربيّة ".[48]

لقد احتلت مواقع التواصل الاجتماعي صادرة عمليات التواصل الإنساني، خاصة بين الشباب باستعمال لغة أُطلق عليها اسم " الفرانكو آراب " وهناك من وصفها بـ" اللغة الفيسبوكية "، والبعض لقبها بـ " العربيزي ". وتتميز هذه اللغة بوجود مصطلحات خاصة تحولت معها اللغة العربية إلى مزيج من لفظ عربي يكتب بأحرف لاتينية ورموز وأرقام، لتُشكل لغة جديدة بدأت تُطالعنا يومياً أثناء التواصل عبر الشبكة العنكبوتية نظرا لأن اللغات الأجنبية تخلو من بعض الأصوات الموجودة في العربية، ولذلك وقع المستعملون للعربية في حيرة، كيف يعبرون عن الحاء، والقاف، والضاد والعين مثلاً ؟ فبات حرف الحاء يكتب رقم '7'، والعين رقم '3'... وهكذا، فمثلا أصبحت كلمة 'محمد' تكتب'mo7amad' . إن الاستمرار في تداول هذه اللغة بين الناشئة والشباب يؤدي إلى تهديد لغتنا العربية وإلى ضياعها مع مرور الأيام، ويزداد الخوف مع مرور الوقت من غزو هذه المفردات، وبالتالي ترسخ هذه اللغة بين جموع الجيل الجديد مما يشكل خطرا على اللغة العربية، ويزيد الهوة بين لغة القرآن والأجيال الناشئة.

وتوصلت كثير من الدراسات الميدانية وبناء على معطيات عينات مختارة من الخطابات اللغوية المنشورة عبر مختلف صفحات الفايسبوك إلى تدني مستوى استخدام اللغة العربية عبر الفضاء الأزرق، أو عدم الاهتمام باستخدامها، وإن تحقق الأمر يكون بحروف وأرقام تنوب عن حروف اللغة العربية هي في طريق نحو تشكيل لغة مشفرة بمختصرات متعارف عليها بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي. بما يلقي الضوء على المعاناة التي تعيشها اللغة العربية في عمق بيئتها ، إما بتغييب استخدامها نهائيا وتعويضها بلغات أجنبية كالفرنسية والإنجليزية، أو باستخدام العامية في كثير من الأحيان من قبل مستخدمي هذه الشبكات.[49]

كما يعدّ استخدام وسائل الإعلام العربي بأنواعها وأطيافها المختلفة للألفاظ الأجنبيّة امتدادا لمشكلة قديمة حديثة. فاللغة العربية شهدت فترات مختلفة من النقل والاستعارة للألفاظ الأجنبيّة منذ أقدم عصورها، والحقيقة أن مسالة الاستعارة للألفاظ والمصطلحات الأجنبيّة لا يعدّ مشكلة فعليّة، ورغم أن العربية قامت باستعارة الآلاف من الألفاظ من مختلف الحضارات خاصة بعد الإسلام. إلا أن العصر الحديث بما يحمله من تطوّرات علميّة هائلة وثورة في عالمي النقل والاتصالات، جعل هذا التدفق أسرع وأكبر وبالتالي ضاعف من مخاطره.

ولعلّ أكثر المجالات مساعدة على ترسيخ الألفاظ الأجنبيّة هما مجالا التعليم والإعلام، حيث تتخذ وسائل الإعلام ولاسيما الإذاعة والتلفزيون كوسيلة للتثقيف. والغريب أن الغالبية العظمى من الألفاظ الأجنيّة المستخدمة في تلك البرامج لها بديل عربي، ورغم أن ثمّة الكثير من الناس قد لا يهتمون بتفشي الألفاظ والمصطلحات الأجنبيّة على حساب رديفها العربي، فإن هذه المسألة تبقى أحد أشرف القضايا التي يجب أن يدافع عنها متحدّثي العربية.[50]

وربما ونحن في سياق الحديث عن آثار العولمة في لغة الإعلام العربي، فقد كان من أهم ما يلفت نظر الدارس للغة الإعلام العربية في زمن الانتكاسة إلى اليوم مصطلحاته المستمدة من الإعلام الغربي والتي يقوم بإشاعتها في الحياة العربية بكل ما تنطوي عليه من تضمينات تعكس تفكير الآخر في قضايانا أكثر مما تفصح عن المنظور العربي الذي يفترض فيها أن تجسده. وكما يمكن أن يلاحظ أي مدقق في المصطلحات المتداولة في وسائل الإعلام العربية فإن هذه المصطلحات إنما تختزل في الواقع مفاهيم يسقطها (الآخر) على المنطقة، ويحاول أن يسربها إلى وعي أبنائها ليفكروا بها على النحو الذي يريده لهم ويخلصوا إلى تبني وجهة نظره فيما يجري فيها، وهذا ما يحدث فعلا في بعض الأوساط العربية الرسمية.[51]

ولكن المفارقة المروعة ما تفعله وسائل الإعلام الصهيونية التي« تهدف إلى تقويض الحق العربي تتسرب وتنفذ إلى إعلامنا العربي ولغتنا الإعلامية وهنا تكمن الخطورة الكبرى». ومعنى هذا أن الإعلام العالمي ومن ضمنه اللوبي الصهيوني يستخدم الإعلام سلاحا في احتواء المنطقة العربية وتوجيه سياسات أنظمتها على مختلف الصعد.[52]

تذكر **بثينة شعبان** وزير الإعلام السوري الأسبق أن«إعلامنا العربي في جوهره. هو إعلام متلق وغير صانع للخبر، مصادره غير عربية وهي وكالات الأنباء العالمية التي تصوغ الخبر بلغتها ومصطلحاتها وتبثها باستخدام التقنيات الحديثة عبر شبكة المعلومات. ويعمل إعلاميونا على أخذ الأخبار دون مراجعة وتدقيق ...مستخدمين اللغة والمصطلح المدسوسين والمصممين لتسطيح الحقائق وقلبها. والكارثة هي أننا نعتاد هذه اللغة ونستخدمها وكأنها اللغة الواقعية».[53]

إنه من المؤسف ألا تتولى السياسات الإعلامية العربية هذا الموضوع الأهمية التي هو بها حري. وليست هناك خطة قومية متماسكة لخدمة اللغة العربية من خبل الأجهزة الإعلامية. لقد دلت دراسة قامت بها المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم على أن وحدتنا اللغوية لا تقوم إلا على 7% تقريبا من مجموع الكلمات العربية التي نستعملها بيننا، بينما نحن متخلفون عن باقي المجموع بنسبة تتجاوز93% من المادة اللغوية، إذ تشكل اللهجات الدارجة بمستوياتها المهذبة والمبتذلة الجانب الأعظم من لغة الحوار في برامج الإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح.

إننا كمنظومة ثقافية وإعلامية لا نريد الاهتمام بما يقوم به العديد من الدول الصناعية شرقا وغربا لحماية لغتهم الوطنية من أجل حماية ثقافتهم والذود عن مصالحهم الحيوية. يجب أن تكون خدمة اللغة العربية هدفا رئيسيا من أهداف النظام الإعلامي العربي الجديد، وعنصرا أساسيا لضمان الأمن الثقافي والعربي. وضمان الأمن الثقافي يعني إيجاد مناعة إعلامية تقي من مخاطر الاختراق الثقافي وتسمح بالوعي والشعور الملموس بالوجود العربي وتساعد على تخليص العرب من مخلفات الاستعمار الثقافي الأجنبي.[54]

وفي ظل ظاهرة العولمة سيكون هناك أبعاد لغوية سواء كانت العولمة وفاقا أم صراعا. فإن كانت "وفاقا " فاللغة ذات شأن جليل في حوار الثقافات، حيث من المتوقع أن يتخذ أنصار العولمة من علوم اللغة مرتكزا أساسيا لعولمة الثقافة، فهؤلاء العولميون لا يقرون بالخصوصيات الثقافية للأمم والشعوب ويقفون بشدة ضد النسبية الثقافية والنسبية اللغوية بالتالي، وهم بلا شك سيجدون ضالتهم في التنظير اللغوي الحديث، حيث تتدرج جميع اللغات الإنسانية في إطار النظرية العامة للغة. لقد استوعبت هذه النظرية القواسم المشتركة بين اللغات، وكذلك مواضع اختلافها وتباينها. علاوة على ذلك، فقد تبنت هذه النظرية النموذج الذهني للغة الذي يفترض كونها غريزة إنسانية يشترك فيها البشر كافة.

أما إن كانت العولمة " صراعا " فيقول ***محمود أمين العالم*** « أخذت العولمة السائدة تفضي بالضرورة إلى سيادة لغة من لغات هذه الدول المهيمنة في العلاقات التجارية والاقتصادية وما يستتبع ذلك من سيادة ثقافتها وقيمها الخاصة. ويؤكد المشهد اللغوي العالمي صحة ما خلص إليه محمود أمين العالم، لاسيما في مجال الإعلام والمعلومات، وجاءت الانترنت لتفتح بوابات الفيضان أمام تدفق معلوماتي هادر تطغى عليه اللغة الإنجليزية، وهو الأمر الذي أثار الفزع لدى جميع الأمم غير الناطقة بالإنجليزية، وقد انتابها قلق شديد على مصير لغاتها القومية وهي توشك أن تسحق أمام الإعصار المعلوماتي الإنجليزي الجارف تحت ضغوط اقتصادية وسياسية وثقافية هائلة. إنها الصيغة اللغوية لمصطلح " **الإمبريالية الثقافية**" ».[55]

إن اللغة العربية بلا شك هي أبرز ملامح ثقافتنا العربية وهي أكثر اللغات الإنسانية ارتباطا بالهوية، وهي اللغة الإنسانية الوحيدة التي صمدت سبعة عشر قرنا سجلا أمينا لحضارة أمتنا في ازدهارها وانتكاسها وشاهدا على إبداع أبنائها وهم يقودون ركب الحضارة و دليلا على تبعيتهم وقد تخلفوا عن هذا الركب.

والحرص على العربية ليس من أجل الناطقين بها فقط بل هو واجب الإنساني وروحي تجاه جميع المسلمين من غير العرب خاصة في ظل الحملة المسعورة لتفتيت التكتل الإسلامي في ظل العولمة. يقر الجميع بأننا نعيش أزمة لغوية طاحنة تفشت حتى كادت تصبح عاهة ثقافية مستديمة وكما يقول ***أمين الخولي***« إن آفات حياتنا في جمهرتها تعود إلى علل لغوية، تصدع الوحدة وتحرم الدقة وتبدد الجهد و تعوق تسامي الروح والجسم والعقل والقلب ».[56]

وعلى الرغم من وضوح إعراض أزمتنا اللغوية وجسامة آثارها وكثرة المؤتمرات والندوات واللجان والتوصيات التي عقدت بشأنها تظل تلك الأزمة مستعصية على الحل. ويعكس جهد الإصلاح اللغوي في القرن الماضي وخطابنا اللغوي الراهن قصور معرفتنا بلغتنا، ويرجع ذلك إلى أسباب عدة يعود في مقدمتها إلى خطا التشخيص لدائنا اللغوي. فتارة يوجه الاتهام إلى مدارسنا وتارة إلى مجامعنا اللغوية وتارة إلى إعلامنا، بل وصل الأمر بالبعض إلى إدانة اللغة العربية تحت زعم أنها تحمل بداخلها كَوَامن التخلف الفكري والعجز عن تلبية مطالب العصر، و يا له من اتهام جائر لهذه اللغة الإنسانية العظيمة. لقد حان الوقت للتصدي لهذه المفاهيم الخاطئة التي لا أساس لها من الصحة ولا سبيل إلى ذلك إلى من خلال التحليل الدقيق من خلال للعلاقة بين منظومة اللغة ومنظومة المجتمع من منظور ثقافي.[57]

وفي ضوء ما قيل فإن راهن العربية في أمس الحاجة إلى نظرة أشمل تتجاوز حدود الخطاب اللغوي الراهن، سواء من قبل اللغويين وأهل المعاجم وأئمة المجامع. أو من قبل نقاد الأدب والتربويين والإعلاميين. لقد باتت إشكالية اللغة من الخطورة والأهمية، بحيث يصعب إرجاؤها أو تناولها من دون استراتيجية واضحة للإصلاح اللغوي الشامل.

خاتمة

وفي ختام البحث وبعد هذه الدراسة لموضوع " الإعلام والثقافة والعولمة – دراسة تحليلية للمكون اللغوي في المنظومة الثقافية والإعلامية العربية –، لا بد من تسجيل النتائج التالية:

– إن العولمة المعاصرة في زمن الإعلام الجديد وانتشار وسائل الاتصال واتساعها على نطاق كبير قد فتحت من جهة بابا ووفرت جميع الوسائل لكل لغة لتجد سبيلها إلى خوض التواصل الدولي، ولكنها من ناحية أخرى قد دفعت بنا نحو ما يعرف بـ" أزمة الهوية اللغوية ". حيث لم يعد أبناء هذا الجيل يعيشون اللغة التي تنتمي إليها ثقافاتهم وحضاراتهم، وإنما يعيشون حال اللغة المهيمنة على التواصل الدولي ولاسيما في ظل سطوة الإعلام الجديد. لذلك

يتطلب حتمية استعمال اللغة العربية كأداة لتبليغ التقانة لتأمين مستقبل لغتنا ولتأهيلها لتتبوأ المكانة اللائقة بها بين اللغات الحية.

- إن العلاقة بين تطور اللغة والتحصيل المعرفي حتمية حضارية، وأن قوّة أية لغة ليس في معجمها وتركيبها فقط، ولكن في قدرة أهلها على التعايش مع الثقافات الأخرى، وسيطرتهم على المعرفة والواقع، ومن هنا فالبقاء عند مدح اللغة العربية أو رثائها وتعداد خصائصها سوف لن يكون خطّاً دفاعياً مجدياً أمام التطور اللغوي الحاصل في العالم، والذي تصاحبه هيمنة إعلامية لغوية، وإنما في تطوير هذه اللغة واستشراف مستقبلها وتجاوز الصراعات التقليدية التي طالما يتحدث عنها المستغربون.
- تعد اللغة الوعاء الناقل للفكر والمعرفة والحضارة عبر كل المراحل التاريخية التي مرت بها البشرية، وفي المجالات والميادين المختلفة التي عرفتها وتعرفها، التقنية منها والاجتماعية أو الإنسانية. وفي مجال الإعلام فهي عبارة عن وسيلة أو أداة لنقل الرسائل، وتبادل الأفكار بين مرسل ومستقبل.
- لغة الإعلام ليست اللغة الخاصة، فالإعلام يعالج كافة الزوايا القانونية والمدنية والاجتماعية وغير ذلك، ولكن بلغته هو أي بلغة الإعلام فهي اللغة الثالثة أو اللغة الإعلامية. وتتميز لغة الإعلام بصفة عامة بالوضوح والمعاصرة.
- مجابهة العاميّة في وسائل الإعلام كسب كبير للإعلام العربي، لأن صراع الفصحى والعاميّة قد تحسمه على صعيد الإذاعة لغة الاتّصال بالجماهير التي تخاطب المتعلّم والأمي، وتفي باحتياجات التطوّر المعاصرة بحيث تصبح القضيّة هي نجاح الاتّصال بالجماهير.
- واقع اللغة العربية اليوم هو انعكاس للوضع الذي وصلت إليه الأمة، وهو صورة للحالة التي توجد عليها، ولذلك كان الاهتمام بمعالجة مشكلات اللغة في وسائل الإعلام التقليدية أو الإعلام الجديد وبحث قضاياها للخروج بها من الدائرة التي تتراجع فيها أهميتها لدى فئات واسعة من أبنائها جزءاً لا يتجزأ من الاهتمام بقضايا البناء الحضاري للعالم الإسلامي.
- من واجب الدول العربية أن تفحص القيود الماديّة والإداريّة المفروضة على الإعلام العربي قصد استغلاله، وتتنبّه أكثر للدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في التأثير اللغوي خاصّة منها الإذاعة والتلفزيون نظرا لضيق مجال استخدام الكتاب والصحيفة وانحسار انتشارهما، وتفشي الأميّة وقلّة الفرص المتاحة للتأثير بوسائل التثقيف الأخرى

كالمسرح، فينبغي أن تُعنى الدول العربيّة بالإعلام الجديد و بأقنيته وشبكاته باعتبارها جزء لا ينفصل عن السياسة الإعلاميّة في كل قطر عربي.

الهوامش:

[1] . انظر شون ماكبرايدو رفاقه، **أصوات متعددة وعالم واحد: الاتصال والمجتمع اليوم وغدا**. الجزائر: اليونسكو/ الشركة الوطنية للنشر والتوزيع 1981. ص 82 . 83.

[22] . انظر هبة جمال الدين، «أولويات الإعلام وعمليات تشكيل الرأي العام»، **المجلة الاجتماعية القومية**. العدد 2، 3 سبتمبر 1993. ص 107.. 08.

[3]. مصطفى حجازي وآخرون، **ثقافة الطفل العربي بين التغريب والأصالة**. الرباط: المجلس القومي للثقافة العربية، 1990. ص 17.

[4] . حيدر بدوي صادق، **الثقافة والإعلام والبث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية في دولة الإمارات العربية المتحدة. ثقافة الإعلام وإعلام الثقافة**. مجموعة باحثين. الشارقة: دائرة الثقافة والإعلام،1995. ص 53.

[5] . محمد علي حوات، **العرب والعولمة شجون الحاضر وغموض المستقبل**. ط:2. القاهرة: مكتبة مدبولي،2002. ص 174 . 175.

[6] . انظر منظمة اليونسكو، **أصوات متعددة وعالم واحد. تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال.** الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1981. ص83.

[7] . نوال عمر، **الإعلام والتنمية**. القاهرة: مكتبة الرشيد، 1997. ص 248.

[8] . انظر نبيل علي، **الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي**. عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب (الكويت)، العدد: 276، 2001.ص 375.

[9]. عبد المجيد البدوي، «العولمة الثقافية ووسائل الاتصال الجماهيري». **مجلة الإذاعات العربية**. العدد03، 2001. ص 10.

[10]. حسن مدن، **الإعلام كحامل للثقافة**. ورقة ضمن كتاب: **ثقافة الإعلام وإعلام الثقافة**. مجموعة باحثين. الشارقة: دائرة الثقافة والإعلام، 1995.ص 34 . 35.

[11]. راجع منال أبو الحسن، **أساسيات علم الاجتماع الإعلامي: النظرية والوظائف والتأثيرات**.ط:1. القاهرة: دار النشر للجامعات، 2007. ص 117).

[12]. فاروق أبو زيد، **جريدة الحياة**. لندن، 1995/5/1.

[13]. حسن عبد الله العايد، **أثر العولمة في الثقافة العربية**. بيروت: دار النهضة العربية، 2004.ص96.

[14] –كريم زكي حسام الدين **أسس اللغة والثقافة (داسة أنثرولغوية لألفاظ وعلاقات القرابة في الثقافة العربية.** مصر: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2001. ص 72.

[15]– ابراهيم السامرائي، **فقه اللغة المقارن**. ط:4. بيروت: دار المعلم للملايين، 1927. ص159.

[16].كريم زكي حسام الدين، **مرجع سابق**. ص 60 . 67.

[17]– نفس المرجع الآنف الذكر. ص57.

[18] – نفس المرجع الآنف الذكر.

[19]. نفس المرجع الآنف الذكر. ص 60 . 67.

[20]– نفس المرجع الآنف الذكر. ص58.

[21]– انظر: .http:// membres.lycos.fr/mimbar/cours/laguage2.htm

[22]- أحمد بن نعمان، **هذي هي الثقافة**. الجزائر: دار الأمة للنشر و التوزيع، 1996. ص28.

[23]– انظر عاطف وصفي، الثقافة والشخصية. ص74. نقلا عن: أحمد بن نعمان,**مرجع سابق**. ص120.

[24]– نفس المرجع الآنف الذكر.

[25]– انظر: .http//: membres.lycos.fr/mimbar/cours/laguage2.htm .

[26]– حلمي خليل، **دراسات في اللسانيات التطبيقية**. الأسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2000. ص38.

[27]– انظر كريم زكي حسام الدين، **مرجع سابق**. ص58.

[28]– نفس المرجع الآنف الذكر.

[29]– أحمد بن نعمان، **مرجع سابق**. ص 120.

[30]–نفس المرجع الآنف الذكر.

[31]– انظر مداخلة الشاذلي الفيتوري، « اللغة العربية والوعي القومي». بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها **مركز دراسات الوحدة العربية** بالاشتراك مع **المجمع العراقي ومعهد البحوث والدراسات العربية**، ط:2. لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية،1986. ص163.

[32]– انظر: . http: membres.lycos.fr/mimbar/cours/laguage2.htm. .

[33] . عبد العزيز شرف، **المدخل إلى وسائل الإعلام**. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب،2000. ص 245.

[34] . انظر **ندوة العولمة وقضايا الهوية الثقافية**. **التكامل بين أجهزة الإعلام وأجهزة الثقافة في الوطن العربي**. تأليف نخبة من الباحثين العرب. تونس: إدارة الإعلام، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1984.ص 95).

[35]. نفس المرجع الآنف الذكر. ص 95.

[36] . محمد شومان، «عولمة الإعلام والهوية الثقافية العربية الفرص والمحاذير»، **مرجع سابق**.ص314 .315.

[37] . محسن جاسم الموسوي، « تكنولوجيا وسائل الاتصال وإشكالاتها القيمية»، **قضايا عربية**. العدد4، السنة 9، إبريل 1982. ص 211.

[38] . ستيوارت آلان، **ثقافة الأخبار. ترجمة: هدى فؤاد**. ط:1. القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2008. ص 166-167.

[39] . انظر عبد المجيد البدوي، **مرجع سابق**. ص 10.

[40] . نبيل علي، **الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي**. عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب (الكويت)، العدد: 276، 2001. ص 378.

[41] – منال أبو الحسن، **أساسيات علم الاجتماع الإعلامي.النظرية والوظائف والتأثيرات**.ط:1. القاهرة: دار النشر للجامعات، 2007. ص 155.

[42] – نور الدين بليبل، **الارتقاء باللغة العربية في وسائل الإعلام**. قسنطينة: مخبر بحث اجتماع الاتصال، جامعة منتوري. ص 68.

[43] – إبراهيم مراد، **مسألة الاستعمال اللغوي في البرامج الإذاعية والتلفزيونية**، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية. تونس، 2000، عدد 2، ص 43.

[44] – أحمد مختار عمر، **أخطاء اللغة العربية المعاصرة عند الكتاب والاذاعيين**. ط3. القاهرة: عالم الكتب، 2001. ص23.

[45] . محمد الكتاني، **مرجع سابق**. ص 207 . 208.

[46]– فاروق شوشة، مجمع اللغة العربية الاردني، **اللغة العربية في الاذاعة والتلفاز والائيات في جمهورية مصر العربية دراسة تحليلية ونقدية**. ص112.

[47] – محمد نجيب التلاوي، **مساءلة حضور الفصحى في وسئل الاعلام**، مجلة الاذاعات العربية، عدد 2000،02، ص51.

[48] – حسن علي محمد، **لغة الإعلام العربي لمعاصر**. ط1. مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2016 م.

[49]– سامية عواج، رضوان رياح. **تمثلات اللغة العربية في ظل الخطاب التداولي الرقمي مقاربة سيميائية لعينة من الخطابات اللغوية عبر صفحات شبكة الفيسبوك**. مجلة التواصل، تاريخ النشر2017-06-01 ، ص81-94.

[50] – محمود عبد القادر حموش، **جريدة الوطن**. 2005.

[51] . عبد النبي اصطيف، **مرجع سابق**. ص49.

[52] . نفس المرجع الآنف الذكر. ص49.

[53]. انظر بثينة شعبان، «المصطلح الإعلامي ودوره السياسي في القضايا العربية الراهنة ». **دراسة فكرية** . دمشق: العدد3. 2004/5/18. ص 93.

[54] . مصطفى المصمودي، **النظام الإعلامي الجديد**. (عالم المعرفة) الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، تشرين الأول 1985. ص 269 . 270.

[55] . نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات. **مرجع سابق**. ص 227 . 238.

[56]. مقدمة كتاب أمين الخولي، مشكلات حياتنا اللغوية.**مرجع سابق**.

[57] . نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات. **مرجع سابق**.ص 231.

دور الإعلام البيئي في تعميق الوعي الاجتماعي لمواجهة التلوث البيئي: دراسة ميدانية

The Role of Environmental Mass Media in Reinforcing Social Awareness to Confront Environmental Pollution: A Field Study

أ.د. ياس خضير البياتي *

الملخص:

تتناول الدراسة الوعي الاجتماعي لظاهرة التلوث البيئي في المجتمع الحضري. دراسة ميدانية في مدينة بغداد، عاصمة جمهورية العراق، والدراسة تهدف الى التعرف على الوعي الاجتماعي للتلوث البيئي والاسباب المؤدية الى حدوثها، ودور وسائل الإعلام، وبالذات الإعلام البيئي في توعية الجمهور بثقافة البيئة، والتوعية بمخاطرها الاجتماعية والصحية والتنويه. ولقد استعمل الباحث في الدراسة أربعة مناهج علمية وهي المنهج الوصفي والمنهج التاريخي والمنهج المقارن ومنهج المسح الاجتماعي. واستعملت الدراسة العينة العشوائية الطبقية اذ تم تقسيم مجتمع البحث الى ثلاث طبقات من المجتمع هي الطبقة الراقية والوسطى والشعبية، وتم سحب نسبة (2%) من كل طبقة وحصلنا على عينة تتكون من (481) مبحوث من ارباب الاسر من الذكور والإناث. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات منها على سبيل المثال لا الحصر، أن الحروب التي مر بها المجتمع العراقي سبب رئيسي لزيادة حدة التلوث البيئي، وان التلوث البيئي أدى إلى ظهور امراض خطيرة كالتشوهات الجسدية والخلقية، وكذلك الامراض الاجتماعية والنفسية، وخاصة اللامبالاة عند الفرد وضعف الولاء والانتماء للمجتمع. كما خلصت الدراسة الى ضعف وسائل الإعلام العراقية في خلق الوعي الاجتماعي البيئي للجمهور بثقافة البيئة والتلوث. وفي ضوء الاستنتاجات التي خلصت إليها الدراسة، تم وضع توصيات ومقترحات أبرزها اهمية قيام الأسرة بتوعية أبنائها بمخاطر التلوث البيئي، وضرورة وضع مناهج دراسية تعنى بالتربية البيئية لكافة المراحل الدراسية، ونشر الرسائل الإعلامية التي تهتم بالتوعية الاجتماعية للبيئة، وتبسيطها من اجل نشر الوعي البيئي لكافة فئات المجتمع.

الكلمات المفتاحية: الإعلام البيئي، الوعي الاجتماعي، التلوث البيئي.

* - أستاذ علم الاجتماع الإعلام–جامعة العلوم والتقنية في الفجيرة –الإمارات العربية المتحدة

Abstract

This study looks into the social awareness of the phenomenon of environmental pollution in the urban community. It is a field study about the city of Baghdad، the capital of the Republic of Iraq. The study aims to identify the social awareness of environmental pollution and its root causes in addition to the role of the mass media، especially the environmental mass media، in making the public aware of the environmental culture together with all the accompanying social and health risks.
In conducting the study، he researcher has used four scientific methodologies، namely، the descriptive، the historical، the comparative، and the social survey methodologies. The study has also used the random class sample، and the study community has been divided into (3) classes، namely، the upper، the middle، and the popular classes. A 2 % of each class sample has been extracted، and a sample of (481) male and female family heads has been obtained.
The study has reached a number of deductions including the following as examples. A key deduction is that the wars to which Iraq has been subjected in recent history are a main reason for the increased levels of environmental pollution. This، in turn، has led to the occurrence of dangerous diseases such as physical deformity in addition to social and psychological illnesses، including indifference and a weak sense of loyalty to the country and community. Moreover، the study has found that the Iraqi mass media is too weak to create in the public a sense of social environmental awareness and environmental culture.
In the light of the deductions reached by the study، a number of recommendations and suggestions have been put forward. Most prominent among these is the role of the family in raising the awareness of its children of the risks of environmental pollution. Second in importance is the necessity of designing curricula that aim to promote environmental education at all levels of schooling. Such curricula should also spread the media messages that show concern with the social awareness of the environment and should help to simplify these messages to ensure that environmental awareness has been brought to all sections of society.

Key words: Environmental Media، Social Awareness/ Environmental pollution

مقدمة:

يعتبر موضوع التلوث البيئي من المواضيع المهمة التي تثير الاهتمام في العصر الراهن ، اذ تصنف هذه الظاهرة ضمن جرائم البيئة وتتجسد خطورتها في العديد من المؤشرات التي تمس بصورة مباشرة أو غير مباشرة حياة الإنسان وتعرضه للخطر ، ولعل ما يزيد من حدة ذلك ، عدم اعترافها بالحدود بين الدول ، و أنها أخذت في التزايد بشكل مضطرب على المجتمع ، زيادة على انه لم يعد من الممكن إخفاء أثاره السلبية على صحة الإنسان وحياته الاجتماعية ، إذ أن هذه الظاهرة يمكن مقارنتها سيسيولوجيا في إطار المشكلات الاجتماعية وهي الانحراف عن القواعد والمعايير المحددة من قبل المجتمع لتحديد السلوك السوي والصحيح ، ولما كان الخلل في المكونات الأساسية للبيئة من ماء ، وهواء ،

وتربة ، وكل تغير يمس القيم الأصلية للمجتمعات يمثل جوهر مشكلة التلوث البيئي وهو في الأصل نتيجة لانحراف الممارسات الإنسانية وخروجها عن الإطار العام لقواعد حماية البيئة.

ولقد طغت قضية البيئة على سائر القضايا التي تستأثر اهتمام النظام العالمي الجديد وأصبحت القضايا البيئية المعاصرة من أهم القضايا التي يعاني منها العالم اليوم وازداد القلق العالمي المشترك بأن الكرة الأرضية أصبحت مهددة وملوثة وذلك عندما أسهم الإنسان بشكل سلبي من خلال استغلاله السيئ للموارد البيئية وممارسته الخاطئة اتجاهها وإدخاله التلوث بأنواعه المختلف على البيئة ومن هنا تأتي مهمة التوعية الاجتماعية البيئية في تغيير سلوكيات الأفراد وطريقة تعاملهم مع البيئة التي يعيشون عليها وتعتبر وسائل الإعلام الرقمية والمقروءة والمرئية والمسموعة من أهم الوسائل لنشر الوعي البيئي لدى الجمهور

ولا شك ان المجتمع العراقي لا يزال يعاني من مشكلات التلوث البيئي، فقد ادت حرب الخليج الثانية فضلا عن العقوبات الاقتصادية الشاملة إلى تحويل جزء كبير من العراق إلى بيئة ملوثة ونشطه إشعاعيا. وتناثرت في العراق أسلحة محطمة والغام وذخيرة أخرى غير متفجرة وملوثات كيماويه وركام نشيط إشعاعيا، كما ظهرت بعد احتلال العراق عام 2003 نتيجة الحروب والاقتتال الداخلي وتخريب المدن، واختفاء المؤسسات الخدمية مشكلات اجتماعية عديدة ساعدت على تلوث البيئة وتدهورها.

(الحسيني ،2015، ص108)

أولا : مشكلة البحث

تسلط الدراسة الضوء على الوعي الاجتماعي لموضوع التلوث البيئي للمجتمع الحضري في مدينة بغداد ، فهي كغيرها من المدن العراقية تعاني من تعرضها الشديد لكافة انواع التلوث البيئي ، وذلك بسبب الحروب المدمرة التي شهدتها خلال السنوات الاخيرة ، وكذلك الممارسات السلبية والخاطئة من بعض الافراد ،والاهمال من قبل الدوائر المعنية بمعالجة مشكلات التلوث البيئي ،مما ادى الى ظهور العديد من المشاكل المترابطة مع بعضها البعض ، فكل مشكلة تتسبب بحدوث مشكلة اخرى فمثلا تراكم النفايات لفترة طويلة وعدم التعامل معها بصورة سريعة وصحية يؤدي بالنتيجة الى انتشار الاوبئة والامراض والتي تؤدي الى الوفاة احيانا ،وتفشي ظاهرة البطالة والفقر وازدياد السكن العشوائي . فمدينة بغداد تعاني من قلة الخدمات البلدية وسوء التخطيط والادارة لحل مشكلة التلوث البيئي ، وذلك ناتج عن ان الحلول تكون جزئية تركز على مشكلة واحدة دون الاهتمام بالمشاكل البيئية الاخرى مما يؤدي الى تبذير الجهود والوقت والموارد وبالتالي استمرار التدهور في البيئة الحضرية . إضافة الى كل ذلك قلة الوعي البيئي وتدني المستوى الثقافي وجهل افراد المجتمع بخطورة تلك المشكلات وعدم اهتمامهم بنظافة الشارع او الحي الذي يسكنون فيه ، وقصور وسائل الإعلام بكافة انواعها ساهم في تفاقم حجم المشكلة البيئية

لهذا فإن البحث يحاول تقييم الإعلام البيئي من وجهة نظر الاسر، ومدى مساهمته في تعميق الوعي الاجتماعي لمواجهة التلوث البيئي بهدف الوقوف على النتائج المترتبة على دور هذا الإعلام مجتمعيا للوصول إلى نتائج علمية

وعملية عبر الدراسة الموضوعية والميدانية لأهم ادوار الإعلام البيئي، وتأثيره على أنماط السلوك الاجتماعي، وكيفية مواجه الظواهر السلبية الناتجة عن ذلك

ومن هنا يمكن صياغة مشكلة الدراسة الحالية على النحو الآتي:

ما هو دور الإعلام البيئي في تشكيل الوعي الاجتماعي للأسر في مواجهة التلوث البيئي؟ ويتفرع عن هذا السؤال الرئيسي التساؤلات الفرعية الآتية :

- ما هي اسباب التلوث البيئي من وجهة نظر المبحوثيين ؟
- ما معدل متابعة المبحوثين للموضوعات البيئية المتعلقة بالتلوث البيئي في وسائل الإعلام؟
- ما هى درجة اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام في تشكيل وعيهم الاجتماعي بخصوص ثقافة البيئة والتلوث
- ما معدل مشاركة المبحوثين فى التعبير عن آرائهم عبر وسائل الإعلام ، وهدفهم من تلك المشاركة، ومدى ثقتهم فى هذه الوسائل ؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في فهم طبيعة دور الإعلام البيئي في تعميق الوعي الاجتماعي لدى الاسر العراقية. وبناء عليه تنطوي هذه الدراسة على أهمية خاصة حيث يوجد العديد من المبررات التي تضيف على هذه الدراسة أهمية خاصة على مستوى الفكر العلمي وأخرى على مستوى الواقع العملي ويتلخص أبرزها فيما يلي:

1–الأهمية العلمية (على مستوي الفكر):

أ –تحليل وسائل الإعلام، وبالذات الإعلام البيئي، في ضوء التغيرات التي يشهدها المجتمع العراقي ورصد الدور الذي تلعبه هذه الوسائل، في تشكيل الوعي الاجتماعي لدي الاسر العراقية

ب –التعرف على مستوى معرفة الآسر بثقافة البيئة ومدى اهتمامه بالموضوعات الخاصة بالتلوث البيئي.

ج –الكشف عن محتويات الوعي الاجتماعي الآسر، وكذا رصد وتشخيص توجهات الوعي الاجتماعي نحو موضوع التلوث والحفاظ على البيئة.

–2–الأهمية العلمية (على مستوى الواقع)

أ– التأكيد على أهمية الوصول إلى استراتيجية واضحة لتحقيق الهدف الأساسي لوسائل الإعلام من خلال الاستغلال الرشيد من قبل المجتمع ؛ والتوعية بمزايا وعيوب هذه الوسائل.

ب – وتأتي أهمية هذه الدراسة تمشيًا مع حاجه المجتمع العراقي لمثل هذه النوعية من الدراسات.

ج –كما تأتي أهمية الدراسة للكشف عن الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل القيم والاتجاهات، مما يساعد القائمين على وضع السياسات، أو الأخذ بعين الاعتبار نتائج الدراسة

ثالثاً –أهداف الدراسة:

1–تحديد أسباب وأثار التلوث البيئي في المجتمع الحضري.

2-دور الوعي الاجتماعي في مواجهة لتلوث البيئي في المجتمع الحضري.

3-دور وسائل الإعلام، وبالذات الإعلام البيئي، في تعميق الوعي الاجتماعي بهذه المشكلة

4-محاولة وضع المعالجات التي من شانها التقليل من حدة هذه المشكلات.

تساؤلات الدراسة:

1-ماهي أسباب وأثار التلوث البيئي في المجتمع الحضري؟

2-ماهو دور الوعي الاجتماعي لمواجهة التلوث البيئي في المجتمع الحضري؟

3-ماهودور وسائل الإعلام، وبالذات الإعلام البيئي، في تعميق الوعي الاجتماعي بهذه المشكلة؟

4-ماهي المعالجات التي من شانها التقليل من حدة هذه المشكلات؟

رابعا: تحديد المفاهيم والمصطلحات

1-الوعي الاجتماعي:

ويعرف الوعي الجتماعي في دائرة المعارف البريطانية بأنه : الفهم وسلامة الإدراك ،ويقصد بالإدراك هنا معرفة الإنسان لنفسه، والمجتمع الذي يعيش فيه. (Longman dictionary of the English language،1985،P32)

كما يعرف الوعي الاجتماعي بأنه(مجموعة من المفاهيم والتصورات والآراء والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينه،والتي تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم تم تبنيها الآخرون؛ لإقناعهم بأنها تعبر عن موقفهم. (حلس،2003،ص32)

ولمصطلح الوعي تاريخ ممتد فى الفهم البشرى للذات والعالم. " ويستخدم مصطلح الوعي بطرق عديدة: لوصف شخص أو مخلوق آخر بكونه متيقظاً وحساساً، ولوصف شخص أو مخلوق آخر بكونه يدرك شيء ما، وللإشارة إلى خاصية من حالات الذهن مثل الإدراك والإحساس والتفكير والتى تميز هذه الحالات عن حالات الذهن غير الواعية (William 2009،P157)

ويعرفه جيلت وماكميلان Gillet & McMillan بأنه: "حالة من الاستعداد تتكون من العديد من الأفعال العقلية المشتركة والتى من خلالها نعى هذا الموضوع أو ذاك فى البيئة أو فى نفسه) (Grant R،2001 ،P247

كما يعرفه كوان Cowan بأنه: " طريقة تصور الناس للطرق الطبيعية والعادية للقيام بالأشياء، وأنماط كلامهم وتصرفهم الاعتيادية، وفهمهم البديهي أو المنطقي للعالم. (Dave،2004، P93

2- الإعلام البيئي Environmental Mass Media

هو أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهورالمتلقي والمستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق، والمعلومات الموضوعية بما يسهم في تأصيل تنمية البيئة المستديمة وتنوير المستهدفين برأي سديد في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة. (الشايع ،2003، ص18) ، و هو أيضا إعلام يسلط الضوء على كل المشاكل البيئية من بدايتها و ليس بعد وقوعها ونقل للجمهور المعرفة و الاهتمام والقلق على

بيئته.(صالح ،2012، 93)

لذلك تزداد حاجة المجتمعات إلى الإعلام البيئي يوماً بعد يوم. وهذه الحاجة ملحة ومستمرة ومتجددة، وتزداد إلحاحاً عند ظهور مشكلة بيئية مثل التلوث وانتشار الأوبئة والآفات الزراعية ...ألخ

3.البيئة Environment

يعدّ مصطلح البيئة مصطلحاً شاملا لكل ما يحيط بالإنسان في حياته ، فيشمل المنازل التي يعيش فيها والأماكن التي يعمل فيها ، والهواء والماء الذي يشربه ، والارض التي يعيش عليها (القاطرجي،2006، ص 512) ،وتعرف البيئة بأنها المجال الذي تحدث فيه الاثارة والتفاعل لكل وحدة حيه ، وهي كل ما يحيط بالإنسان من طبيعة ومجتمعات بشرية ونظم اجتماعية وعلاقات شخصية ، وهي المؤثر الذي يدفع الكائن الى الحركة والنشاط والسعي ، فالتعامل متواصل بين البيئة والفرد والاخذ والعطاء مستمر ومتلاحق (الجوهري ،2010، ص 253)

وهناك تعريف آخر بأنها نسيج من التفاعلات المختلفة بين الكائنات العضوية الحية بعضها البعض (إنسان ، حيوان ، نبات) وبين العناصر الطبيعية الغير حية (الهواء ،الحرارة ، الضوء) ويتم هذا التفاعل وفق نظام دقيق ،متوازن ومتكامل يعبر عنه النظام البيئي أو المنظومة البيئية(الكايد ،2011،ص17).

4–التلوث البيئي Environmental pollution

يعرف بأنه إدخال مواد أو طاقة في البيئة من شانها إن تسبب مخاطر صحية للإنسان والإضرار بالمصادر الحياتية والأنظمة البيئية وإتلاف مصادر الرفاه والتداخل في الأساليب المشروعة في الاستفادة من الموارد البيئية (الانصاري ،2009، ص19). ويعرف أيضا بأنه عبارة عن أضافه مكونات جديدة للبيئة الهوائية والمائية والتربة مما يغير من خصائصها الطبيعية ويجعلها لا تؤدي وظيفتها التي من اجلها وجدت ، وينتج عن النشاط الإنساني في مختلف نواحي الحياة (أحمد ، 2009، ص25) ويعرف التلوث البيئي بأنه كل ما يوثر في جميع عناصر البيئة بما فيها من نبات وحيوان وإنسان وكذلك في كل ما يوثر في تركيب العناصر الطبيعية غير الحية مثل (الهواء ، التربة البحار ، وغيرها) (الرفاعي ،2009،ص69) ويعرف بانه مصطلح يشير الى جميع الطرق التي بوساطتها يلوث الإنسان البيئة التي تحيط به ، فالإنسان يقوم بتلويث الهواء بالغازات والدخان وتسمم المياه بالكيمياويات وغيرها من المواد وعلى سبيل المثال فالإنسان يفسد الجمال الطبيعي عن طريق إلقاء المخلفات سواء على سطح الأرض او المياه ،وهو يقو بتشغيل الماكينات والمركبات التي تملا الهواء بالضجيج الصاخب والمحصلة إن كل فرد منا يسهم في تلويث البيئة بصورة ما(محمد، 2006،ص28-29).

5- الدراسات السابقة

وفقا لطبيعة الدراسة وأهدافها، تنوعت الدراسات العلمية السابقة التي تم الاطلاع عليها، وقد توزعت على محورين العربية منها والاجنبية، الا انها تقع في إطار الدراسة، ولما كانت مساحة البحث لا تتسمح بتناول كل الدراسات، فيمكن تناول نماذج قليلة منها، وذلك على النحو التالي:

تناولت دراسة (الجحيشي ، 2004) بعنوان الآثار الاجتماعية للتلوث البيئي (دراسة ميدانية لأثار الحرب على البيئة في المجتمع العراقي 2004) خمسة كليات واقعه في ثلاثة مناطق من محافظة بغداد وهي (كلية الهندسة في باب المعظم وكلية العلوم بنات وكلية العلوم في منطقة الجادرية وكلية الطب البيطري وكلية الزراعة في منطقة ابي غريب). وتوصلت الدراسة الى ظهور الكثير من حالات التفكك الأسري والتي أدت إلى الكثير من المشاكل في الجو الأسري بسبب وفاة او مرض أحد افراد الأسرة من خلال احداث الحرب وما تبعها من تلوث من كافة الانواع، كذلك انخفاض الوعي والثقافة البيئية لدى اغلب ابناء المجتمع العراقي وقلة المناهج الدراسية الملمة في مواضيع البيئة وتلوثها . وأظهرت ان هنالك قصور إعلامي كبير في مجال التوعية البيئية

واعتبرت دراسة (الشواني،2009) المعنونة القيم الثقافية وتلوث البيئة الحضرية (دراسة ميدانية – أنثروبولوجيا في مدينة كركوك) بأهمية علاقة الإنسان مع البيئة التي تعد من أهم الميادين التي تدرسها الأنثروبولوجيا منذ نشأتها، وانتهت الى أبرز التوصيات اهمها: ان الكثافة السكانية في المدن هي من العوامل المهمة المسببة لتلوث البيئة الحضرية وان معدل حجم العائلة في مدينة كركوك تقريبا ستة أفراد وهي نسبة كبيرة لتلوث البيئة الحضرية فيها. و انعدام الوعي البيئي بين أفراد مجتمع الدراسة كما يتجلى في جميع الميادين التي تتعلق بنظافة البيئة بصريا وضوضائيا والتخلص من النفايات وغيرها، إضافة الى غياب التخطيط البيئي بشكل عام تقريبا في الممارسات والنشاطات الحكومية والمجتمعية كافه. وكذلك العشوائية في اختيار مواقع المصانع والمنشأة الإنتاجية في كركوك يكون هواء المدينة غالبا هواء ملوث ومزعج

بينما اشارت دراسة (الانباري ،2010) دراسة تحليلية لمشاكل البيئة الحضرية (حالة الدراسة، منطقة نادر في مدينة الحلة) الى ان تفاقم مشكلات البيئة الحضرية في منطقة حي نادر في محافظ بابل أدى الى ظهور مشكلات أخرى مترابطة مع بعضها مثل البطالة والفقر والسكن العشوائي وتدني المستوى المعاشي للأفراد. حيث تم في هذا البحث دراسة أهم المشكلات البيئية والتي تمثلت في مشاكل المخلفات الصلبة ومشكلة الفقر ومشكلة السكن العشوائي. **ومن أبرز نتائج البحث**: النقص الكبير في عدد الآليات التخصصية إضافة الى النقص الكبير في عدد العمال من الملاك الدائم قد أثر بشكل كبير على كفاءة جمع المخلفات الصلبة في منطقه الدراسة، و وتدني المستوى التعليمي

وانتشار الأمية بين أصحاب العوائل مجمعات السكن العشوائي وبالتالي ضعف الوعي البيئي مما ساهم في توسيع هذه المجمعات من دون الاهتمام بالوضع البيئي وأثاره السلبية على العائلة.

وكشفت دراسة (القحطاني ، 2005) التلوث البيئي لمحطات الوقود في مدينة الدمام (دراسة ميدانية في السعودية) حالة محطات الوقود القائمة في مدينة الدمام ومحاولة الكشف عن أوجه القصور والمشاكل في هذه المحطات من ناحية تلوثها للبيئة المحيطة بها والتعرف على الطرق التي يتبعها أصحاب المحطات للتخلص من المخلفات المتراكمة الصلبة والسائلة ،و التعرف على وسائل الكشف عن وجود تسرب للوقود والزيوت للخزانات الأرضية والآثار السلبية للتلوث البيئي الذي سببته محطات الوقود. وأظهرت النتائج الى أن معظم محطات الوقود بالدمام بنسبة (70%) يمتلكها افراد بينما (30%) تمتلكها شركات محلية و34% من المحطات لم يعمل لها تقييم بيئي قبل إنشائها و62% من أصحاب محطات الوقود يرون ان تكون رئاسة الأرصاد وحماية البيئة من ضمن الجهات المصرحة.

وحذرت دراسة (حواش ، وعبد الله) بعنوان (التلوث البيئي فى جمهورية مصر العربية و أثره على الاقتصاد القومي) من التأثيرات العميقة لمشكلة التلوث على الإنسان في مصر. وتناولت واحدة من أخطر المشاكل التي تواجه جمهورية مصر العربية ، وهى مشكلة التلوث البيئي ، خاصة و أن نسب التلوث فى المناطق الصناعية تجاوزت الحد المسموح به .واختتمت الدراسة بوضع استراتيجية مقترحة لمواجهة التلوث البيئي فى مصر ، من خلال كل من أجهزة الإعلام و البحث العلمي ، و أجهزة الدولة التشريعية و التنفيذية و الرقابية .

وأظهرت دراسة (الرفاعي ، 2011) الإعلام البيئي الشؤون البيئية في الصحافة السورية ، مشكلة حجم القضايا البيئية المنشورة في الصحف السورية نتيجة أهمية الموضوع البيئي، وتنوع المخاطر البيئية ، وكيف عالجت الصحف المدروسة هذا الموضوع . وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: اهتمت الصحف السورية بنشر موضوعات بيئية. النسبة الأعلى منها أخبار بيئة حيث تحتلّ أكثر من نصف الموضوعات المنشورة في الصحف المدروسة. كما أن الصحف السورية أكثر اهتماماً بنشر أخبار البيئة من نشر قضايا بيئية، إلى حد ما، كما أهملت مصادر المعلومات البيئية، وهذه المصادر تتمثل في بنوك المعلومات التي تعد إحدى الميزات الرئيسية لكتابة القصص العلمية. ولهذا اوصت بضرورة إعادة النظر في دور الصحافة خصوصاً فيما يتعلق بوظيفة الإخبار على حساب الوظائف الأخرى، مثل: التعليم والتثقيف والتحليل والتفسير.

وهدفت دراسة (، McKinney،2004) تدابير مكافحة التلوث البيئي (دراسة مشكلات التلوث البيئي في اليابان) الى ان إلى التعرف على تاريخ مشاكل التلوث والتدابير المضادة في اليابان والكشف عن مسببات مرض (مينا ماتا) وأضراره الصحية وتبحث في الصعوبات التي تواجه المسئولين في تنفيذ مبادراتهم والدور الاجتماعي الواسع من

اجل إيجاد الحلول لهذه المشكلة ، ومن نتائج الدراسة : ان سبب حدوث مرض مينا ماتا هو التسمم بالمثيل الزئبقي الذي يتراكم تدريجيا الى مستويات سمية من الزئبق العضوي نتيجة آكل السمك والمحار الذي يعيش في بيئات ملوثة بمياه المخلفات الصناعية . وضعف الاستجابة للتلوث يمكن أن يعزى إلى عدم وجود توافق في الآراء داخل الحكومة على الأولويات النسبية للصحة العامة وقيمة الحياة مقابل التقدم الاقتصادي وأرباح الشركات

وتناولت دراسة (**Klstron 2007**،) بعنوان(المخاطر الصحية والبيئية في المناطق الحضرية دراسة في أكاديمية نيويورك للطب) الكشف عن المخاطر الصحية التي تسببها البيئة وكيف ان البيئة المعيشية يمكن ان تؤثر على الصحة وتوضح الترابط بين المحددات الاجتماعية والبيئية للصحة في المناطق الحضرية والتدخلات الرامية لتحسين العدالة الصحية من خلال البيئة.

ومن ابرز نتائج الدراسة : إمدادات الطاقة المنزلية هو اكبر قضية في البيئة الصحية بسبب التأثيرات الضارة للكتلة الحيوية ودخان الفحم وبدائل الوقود للطبخ والتدفئة . و إن نسبة حدوث المرض والوفيات بسبب تلوث الهواء لمحركات السيارات 29% ولدى الأطفال والشباب هي أكثر أسباب الموت ، والمشكلة تزداد في الدول النامية لتساهم في انعدام المساواة الصحية

الإطار النظري للبحث

تعتمد الدراسة على مدخل الاستخدامات والإشباعات والذي ظهر في بداية السبعينات من القرن العشرين كرد فعل لقوة وسائل الإعلام للسيطرة على جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية. وتظهر النظرية إيجابية الجمهور وتعتبره جمهوراً نشطاً وليس مستقبلاً سلبياً، فالجمهور هو الذي ينتقي الوسيلة التي تناسبه وكذلك المضمون الذي يشبع رغباته واحتياجاته النفسية والاجتماعية. (Rayburn،1984،p537)

وتركز هذه النظرية على الجمهور، والتعرف على اتجاهات وأذواق المشاهدين، بالإضافة إلى صنع الرسالة الإعلامية التي تتواءم مع رغبات الجمهور واحتياجاته، وبذلك تحاول النظرية الربط بين حاجات ورغبات الجمهور ورغبات وإمكانات القائم بالاتصال. (العبد ،2008ص66)

وتسعى هذه النظرية إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

1-التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

2- توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا الاستخدام.

3- التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري (اسماعيل،1998، ص12)

1- مرجعيات الوعي الاجتماعي والإعلام

الوعي هو محصلة عمليات ذهنية وشعورية معقدة، فالتفكير وحده لا ينفرد بتشكيل الوعي، فهنالك الحدس والخيال والأحاسيس والمشاعر والإرادة والضمير، وهنالك المبادئ والقيم ومرتكزات الفطرة وحوادث الحياة والنظم الاجتماعية، والظروف التي تكتنف حياة المرء ، وهذا الخليط الهائل من مكونات الوعي يعمل على نحو معقد جداً ، ويسهم كل مكون بنسبة تختلف من شخص إلى آخر ، مما جعل لكل شخص نوعاً من الوعي يختلف عن وعي الآخرين .

أما الوعي الاجتماعي فهو اتجاه عقلي يمكن الفرد من إدراك ذاته والبيئة المحيطة به، وبذلك يعنى تجاوز الفرد إدراك ذاته او واقع جماعته الصغيرة التي ينتمي اليها الى ادراك اوسع للمجتمع ككل.

وللوعي الاجتماعي مستويين أحدهما ذاتي ويعكس نوعا من النظرة الذاتية للواقع، سواء كانت نظرة شخص أو جماعة فئوية معينة، وهي نظرة قاصرة أو زائفة لا تعكس حقيقة الواقع الكائن، كما تعكسه النظرة الأخرى وهي الموضوعية.

وهذا المصطلح مركب من مفهومين هما الوعي و الاجتماعي ، وأول من بحث هذا المفهوم هو كارل ماركس في دراسته عن الطبقة الاجتماعية والوعي الطبقي..

وقد قسم علماء الاجتماع الوعي الاجتماعي الى قسمين:

1- الوعي الفردي: يعبر عن فرد محدد.

2 – الوعي الجماعي: يعبر عن جماعه.

وهناك مصادر لتشكيل الوعي الاجتماعي منها: التعليم، المدرسة، الجامعة، ووسائل الإعلام، وبشكل عام المؤسسات الاجتماعية والتعليمية والتربوية والثقافية والسياسية والأمنية، إضافة الى التثقيف الذاتي.

وبدون شك فأن فكرة الوعي الاجتماعي لها مرجعياتها النظرية، ولها تفسيراتها العديدة، فقد نظر لها الوظيفيون على انها تمثل الطابع النفسي للظواهر الاجتماعية ويستندون إلى افتراض ان سائر العلاقات القائمة بين البشر ما هي إلا ظواهر ذات طبيعة فكرية وأن الوعي الاجتماعي يقوم على تلك الروابط ويتمثل في الثقافة الاجتماعية. ويمكن التأكيد على أن محددات الوعي الاجتماعي قد بدأت تتجلى في فكر دوركايم من خلال محاولاته النظرية لتحد أن الوعي الاجتماعي في الفلسفة. اما الوعي الاجتماعي في الفلسفة الماركسية فهي هو وعي أفراد المجتمع وفئاته ويكون تعبيرا وانعكاسا للوجود الاجتماعي لهم وتعتبر مكونات البناء القومي من نضم وثقافة بمثابة انعكاسًا لذلك الوعي الاجتماعي بل ويعبر عنه. فهونتاج اجتماعي تاريخي بقياس الوجود الاجتماعي في صور فكرية وذهنية مختلفة بالوعي ما يمكن ان يكون شيئا آخر سوى الوجود الواعي ووجود الناس هو حياتهم الفع لية الواقعية كما أن تطور الوعي يرتبط بعلاقاته بالأساس الذي يستند عليه دوره في الحياة الاجتماعية أو أن الناس بجانب تطويرهم لمنتجاتهم المادية فأنهم يطورون تفكيرهم وإنتاجهم الفكري. (Speacack :J،1982،p12)

وتنطلق الماركسية الجديدة من الإطار التصوري والمنهجي للماركسية الكلاسيكية وتأتي حداثتها من حيث أنها تعيد قراءة الماركسية ومحاولة إظهار مسار عمل القوانين النوعية للتطور الاجتماعي ومن خلال المعطيات التي يقرها الواقع الاجتماعي المتغير في المجتمع ، وتتميز مواقفها بالأسلوب النقدي الراديكالي وقدم مؤسسوها حقائق ولكنها لم تخرج عن الإطار المعرفي والأيدلوجي للنظرية الماركسية الكلاسيكية (عبد المعطي،1979 ،ص208) .بينما اهتمت المدرسة الظاهرتية بدراسة البني الاجتماعية، ودعائم الوعي الإنساني، ومسلماتها الرئيسية هي أن العالم الذي نعيش فيه عالم مصنوع في وعينا أو رؤوسنا . ومن السخف ذكر أن وجود العالم الخارجي ذلك العالم الذي لا معنى له إلا من خلال إدراكنا آو وعينا به، ولذا يتعين على العلماء فهم صنع البشر من عالمهم، عالم ذو معنى ويتحقق ذلك بالتخلي عما درجنا على الاعتقاد بمعرفته، بل يتبع أصول تلك المعرفة وكيفية وصولنا إليها .وجاء التيار النقدي الاجتماعي ليلغى تلك المهمة الكلاسيكية عن علماء الاجتماع، حيث أضحى ذلك التيار موازيًا للتيار الكلاسيكي، وشكل ولادة تيارات معينة للتيار النقدي الاجتماعي بوجه عا م .وقد اتفق علماء هذا التيار على أهمية المحور الإنساني في العملية البنائية التاريخية للمجتمعات البشرية، لما له من دور فاعل في تشكيل العقل الإنساني الناقد المؤدى لتحرير الإنسان، وأكدوا على عنصر الذات فى النشاط الواقعي من خلال الوعي الذاتي، فالوعي الذاتي التاريخي هو القادر على إطلاق القدرات المحدودة للإنسان، وأشاروا إلى أن الوعي هو البديل لأزمة الواقع الاجتماعي، وإن غياب الوعي وتزيفه هو لب أزمة المجتمع الرأسمالي .(حجازي، 1998 ص76) .

وبدون شك تقوم وسائل الإعلام في المجتمع بدور بارز في تشكيل الوعي الاجتماعي ، و هذا الدور يزداد أهمية و تأثيراً بانتشار هذه الوسائل ، و التطور التقني لها ، و اختراقها لجبهات الحياة المختلفة ، و قبولها الفعال بين الأفراد و خاصة الأطفال و المراهقين و الشباب، و تلازمها المستمر لهم طيلة الحياة منذ الطفولة و حتى نهاية العمر، من هنا نستطيع أن نقدر خطورة الآثار الاجتماعية و النفسية التي تترتب على تعرض المجتمع المستمر لهذه الوسائل، و هو أيضا ما يجعل القلق الذي يبديه الكثير من الباحثين موضوعياً إزاء التأثير المحتمل لمضامين الرسائل الإعلامية المختلفة وبالذات شبكات التواصل الاجتماعي .

كما أن وسائل الإعلام العربية المختلفة ظلت عاجزة حتى الآن عن بلورة اعلام تخصصي في البيئة، ينطلق من بلورة مفاهيم ورؤى جديدة للدور الهام الذي يلعبه المجتمع في الحفاظ على البيئة ، بل إن تلك الوسائل تقوم بعرض كمًا هائلا من البرامج والمعلومات التي تعكس في مجموعها توجهًا يختلف عن الحاجات التنموية والاجتماعية والثقافية للمجتمع العربي، فهي تعكس ثقافة استهلاكية عادية وتروج لمفاهيم مختلفة عن واقع المجتمع وقضاياه، وخاصة في مجال البيئة والتلوث ، مما يؤدي إلي زيادة الفجوة والهوة بين المجتمع ووسائل الإعلام . وفي واقع الأمر ،فأن المجتمع، وخاصة الشباب يعيش في مأزق ما يسمى بالتغيير و قد لخصه أحد الباحثين العرب (فهمي،1988 ص280) بمجموعة من الظواهر السلبية التي تتعلق بالمحيط الاجتماعي ، و بمناخ الواقع الذي تسوده جملة من القيم الرديئة و التناقض الثقافي و الفوضى الاقتصادية و الفقر و الفساد الإداري و مظاهر الاستغلال و التسلط و الانحراف بكل صوره وأشكاله وأنواعه ،أضافة الى تلوث البيئة العربية وتحديات التنمية.

وهو ما دفع بالأغلبية الساحقة من علماء الاتصال والاجتماع والنفس إلى الاعتقاد بأن وسائل الإعلام لها القدرة على تغيير موقف الناس واتجاهاتهم. فالاتجاه كما يعرفه ترستون: هو تعميم الاستجابات تعميماً بنمو الفرد بعيداً عن شيء نفسي أو قريب منه (حمزة، 1996ص244) ،و حيث إن وسائل الإعلام تستطيع أن تحدث تغيرات وتنشر اتجاهات وقيماً جديدة (العبد ،1993 ص245) .

وأخيرًا يمكننا القول إن وسائل الإعلام لا تمارس دورها ووظيفتها بشكل مستقل عن ومؤسسات المجتمع وبالتالي فإن تأثيرها السلبي مرهون إلى حد كبير بوجود عيوب في المضمون لوسائل الإعلام.

وفي رأينا أن دراسة تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، في الاتجاهات والقيم والسلوك الاجتماعي لا بد من أن تقترن بدراسة تكوين الاتجاهات الايجابية، وبعبارة أخرى عملية تشكيل الوعي الاجتماعي لمخاطر التلوث البيئي

2– الإعلام البيئي

يعتبر الإعلام البيئي ظاهرة حديثة نسبيا ضمن أنواع الإعلام العربي، فخلال العقود الثلاثة الماضية تم التعامل مع القضايا البيئية بشكل سطحي، لكن المؤشرات تتجه نحو الإيجابية، إذ ازداد الاهتمام أخيرا بمواضيع حماية البيئة والتنمية المستديمة في الدول النامية التي تشهد نموا اقتصاديا واجتماعيا.

ويعرف الإعلام البيئي على أنه أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية بما يساهم في تأصيل تنمية البيئة المستديمة، وتنوير المستهدفين برأي سديد في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة (عبد العزيز، 2003، ص18).

وهو أيضا إعلام يسلط الضوء على كل المشاكل البيئية من بدايتها وليس من وقوعها وينقل للجمهور المعرفة والاهتمام والقلق على بيئته (حمادة، 2008، ص510).

وجاء في تعريف آخر بأنه الإعلام الذي يهدف إلى تشكيل الوعي البيئي لدى الجماهير وزيادة اهتمام بقضايا البيئة وإتاحة الفرصة لهم لاكتساب المعلومات والمعارف والخبرات المختلفة التي تدعم اليم والمعارف والاتجاهات البيئية الإيجابية لديهم بما يضمن سلوكيات إيجابية محتملة بإمكان توقعها مستقبلا حيال قضايا البيئة انطلاقا من القاعدة العريضة من الجماهير التي نجح الإعلام في تحويلها إلى جموع سلبية إلى فئات مهمة ومشاركة إيجابية إزاء مجتمعنا وقضاياه خاصة القضايا البيئية (محمود، 2008، ص149-152)

و تستطيع وسائل الإعلام أن تخلق أنماط جديدة من الاتجاهات الإيجابية لما لها من دور محوري في تنمية المواقف و القيم المختلفة ، إضافة إلى إعداد جمهور يتقبل تغيير مواقفه وقيمه التقليدية و سلوكياته المضرة بالبيئة و التأثير فيه من أجل تحسينها من خلال المشاركة و إتاحة الفرصة للأفراد و الجماعات للمشاركة الفعالة في كافة المستويات على حل المشكلات البيئية ، وقد اثبتت التجارب أن إشراك الناس في وضع القرارات التي يتعلق بها مستقبلهم أمر ضروري.

و في هدا الصدد ينبغي على وسائل الإعلام أن تخلق قنوات للحوار الاجتماعي بين المواطنين للوصول إلى القرار المشترك مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات عندما يتعلق الأمر بالبيئة

و لتحقيق استمرارية هدا الحوار يتحتم على وسائل الإعلام تخصيص مجال مفتوح لطرح أراء و أفكار و مقترحات الجمهور المهتم بالبيئة ، و نقل مشكلات بيئتهم إلى الجهات البحثية والتنفيذية ومتخذي القرار(صالح، والسيد،2003،ص50)

ومن أهداف الإعلام البيئية استخدام وسائل الإعلام ميعها لتوعية الإنسان وإمداده بكل المعلومات التي من شأنها أن تعمل على ترشيد سلوكه وترتقي به إلى المسؤولية للحفاظ على البيئة والعمل على تنمية قدراتها (أبو سمرة، 2009،ص 40) أو بصيغة أخرى هي:

المعرفة: معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب خبرات متنوعة والتزود بتفهم على أساس البيئة والمشكلات المرتبطة بها.

المواقف: معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب مجموعة من القيم والمشاعر للاهتمام بالبيئة ومن حوافز المشاركة الإيجابية في تحسينها وحمايتها.

القيم: معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب المهارات اللازمة لتحديد المشكلات البيئية وحلها.

المشاركة: إتاحة الفرص للأفراد والجماعات المشاركة بشكل إيجابي على كافة المستويات في العمل على حل المشكلات البيئية (صالح، 2012، ص94-95)

أما العوامل التي تؤثر في شكل ونوع المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة فهي:

1- السياسة الإعلامية الرسمية للدولة والسياسة البيئية العامة للدولة

3-مستوى ونوع الوعي البيئي السائد لدى كل من الجمهور العام والقيادات وصناع القرار والقائمين بعملية الاتصال (صعب ،177، ص45)

4-التربية البيئية العامة (صعب،2000، ص23)

وتحوي المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة على مجموعة من المتغيرات وهي كالتالي:

1-الهدف من المعالجة هي وضع أولويات للمعالجة .

2-فئات الجمهور المستهدف: النخبة الحاكمة، النخبة الاستراتيجية، الجمهور العادي .

3-اختيار الوسيلة طبقا للموضوع والقضية المثارة مع تكامل الأدوار بين هده الوسيلة .

4-التأثير في القائم بالاتصال من خلال تنمية مستوى وعيه و إدراكه للبيئة.

ويبرز دور وسائل الإعلام باعتبارها مكونا مهما في منظومة التعليم والتثقيف والتدريب المستمر في إكساب الفرد وعيا بيئيا يمكنه من أداء دوره في مساعدة مختلف الفئات الاجتماعية وفق الجوانب والأبعاد التالية:

- تيسير المعرفة البيئية وكشف الحقائق المتصلة بالمشاكل البيئية
- تكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة، أي اتخاذ المواقف الضرورية إزاءها من حيث استشعار مشكلاتها وإبداء الاستعداد للمساهمة في حلها

– المشاركة الإيجابية بتبني سلوكيات تؤدى إلى الإقلال من الأخطار التي تتعرض لها البيئة وتحفز على المساهمة في العمل التطوعي.

والأهم تبنى رؤية تستند إلى الإحساس بالمسؤولية المشتركة بين الجمهور والسلطات الرسمية، و تصحيح بعض المقولات والتصورات القاصرة في معالجة قضايا البيئة (Robert ،1992،ص107)

الإطار المنهجي:

تهدف الدراسة الحالية في إطارها الميداني التعرف على طبيعة دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المجتمع المبحوث، واستكشاف النتائج المترتبة على استخدام الآسر العراقية لهذه الوسائل واستكشاف أنماط السلوك الاجتماعي ومستوى الإدراك لقضايا البيئة والتلوث.

وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تقوم على رصد خصائص الظاهرة وتحليلها، لقياس مدي وعي الجمهور بقضايا البيئة، ومدي دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى مجتمع البحث وتتمثل إجراءات الدراسة الميدانية فيما يلي:

منهجية الدراسة:

تعتبر الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية التي تستهدف الحصول على معلومات كافية دقيقة عن موقف اجتماعي معين وتبدو أهميتها في انها الأكثر استعمالا والأكثر ملائمة في دراسة الظواهر الإنسانية والاجتماعية، اذ يصعب إخضاع بعض الظواهر للتجريب والمختبر، فتبقى الدراسات الوصفية هي الأسلوب الأنسب لدراسة ظواهر عدة وكثيرة من الظواهر الإنسانية والتربوية والاجتماعية المختلفة

أداة الدراسة:

أداة الدراسة يعد مصطلح منهجي يعني الوسيلة التي يجمع بها المعلومات اللازمة للإجابة عن تساؤلات البحث. ولقد تم تصميم استبانة على ضوء مشكلة الدراسة حيث تم تغطية كل هدف من أهداف الدراسة بمجموعة من الأسئلة أو العبارات التي حققت الأهداف وأجابت عن التساؤلات. وبعد الاطلاع على أدبيات الدراسة والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة قام الباحث بتصميم أداة الدراسة وتقسيمها ثلاثة أقسام هي:

القسم الأول: يحتوي على البيانات الأولية الخاصة بالآسر العراقية في مدينة بغداد جانب الرصافة.

القسم الثاني: أسباب وأثار التلوث البيئي على البيئة الاجتماعية والصحية والنفسية من وجهة نظر المبحوثين.

القسم الثالث: دور مضامين وسائل الإعلام، وبالذات الإعلام البيئي في تعميق وعيهم الاجتماعي.

وتم حساب ثبات وصدق الأداة على النحو التالي:

ثبات الأداة: قام الباحث بالتأكد من ثبات الأداة من خلال معامل (ثبات الإعادة) حيث تم تطبيق الأداة على عينة استطلاعية من أفراد مجتمع الدراسة وبعد أسبوعين تم إعادة التطبيق وتم حساب معامل (ارتباط بيرسون) بين التطبيقين وقد بلغت قيمته (0.84)، كما قام الباحث بالتأكد من ثبات الأداة وفق معالم الاتساق الداخلي وقد بلغت قيمته (0.81)،ويعتبر هذا كافيا لأغراض التطبيق . صدق الأداة: تم التأكد من صدق الأداة بعرضها على

محكمين اختصاصيين والخبراء بصورتها الأولية لإبداء آرائهم حول مدى ملاءمة فقرات الأداة من حيث المحتوى والمضمون، وارتباطها مع البعد الذي تقيسه مع قابلية الحذف، أو الإضافة، أو التعديل وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين التي رأى الباحثان أهميتها، وبهذا أخذت الأداة صورتها النهائية.

مجتمع وعينة الدراسة:

أن عينة الدراسة هي العينة العشوائية الطبقية التي تستخدم عادة لمجتمع غير متجانس ويتكون من عدة طبقات متمايزة عن بعضها وذلك سعيا من الباحث لتمثيل جميع الشرائح والطبقات التي يتضمنها مجتمع البحث، وتطبيق المعاينة يتطلب اتباع الاتي. تقسيم المجتمع(مفرداته) إلى طبقات او مجموعات متجانسة كل مجموعة او طبقة تختلف عن الطبقة او المجموعة الأخرى من حيث خصائصها، وتحديد حجم العينة لكل طبقة او مجموعة بحيث تتناسب مع حجم الطبقة المسحوبة منها العينة. ويتم اختيار وحدات كل طبقة في العينة كل على حدة بطريقة عشوائية تم تحديد حجم العينة من خلال استخراج نسبة (2%) من حجم مجتمع البحث في ثلاث مناطق تم تقسيم مدينة بغداد جانب الرصافة بحيث تمثل المناطق الراقية والمتوسطة والشعبية. والجدول (1) يوضح ذلك

جدول (1) يبين كيفية سحب العينة من الميدان

الإحياء	مجتمع البحث (عدد الأسر)	عينة الدراسة (عدد الأسر)
الإحياء الراقية	7803	156
احياء متوسطة	9840	197
إحياء شعبية	6408	128
مجموع العينة		**481**

تحليل البيانات:

جدول (2) يوضح إجابات المبحوثين فيما إذا كانت البيئة العراقية تعاني من التلوث البيئي

الإجابات	العدد	%
نعم	420	87
لا	38	8
الى حد ما	23	5

المجموع	481	100

أشـــارت نتائج الدراســـة الميدانية من خلال توجيه ســؤال المبحوثين حول عما إذا كانت البيئة العراقية تعاني من التلوث البيئي إلى أن (420) مبحوث وبنســـبة مقدارها (87 %) أكدوا ذلك بينما لم يؤكد ذلك (38) مبحوث وبنســـبة مقدارها(8%) ،أما من أجابوا بعبارة إلى حد ما فقد بلغ عددهم (23) مبحوث وبنســـبة مقدارها(5%)، وهذا يعني أن الغالبية العظمى من المبحوثين تؤكد أن البيئة العراقية تعاني من التلوث البيئي وذلك بسبب أثاره الواضحة على جميع طبقات وفئات المجتمع وخصوصا بعد الحروب التي تعرض لها العراق في السنوات الأخيرة مما تسبب بظهور الإمراض المزمنة وكثرة الوفيات

جدول (3) تسلسل مرتبي يوضح إجابات المبحوثين حول أسباب تلوث البيئة العراقية كما أجاب عليها 420 مبحوث

أسباب تلوث البيئة العراقية	التسلسل المرتبي	الوزن الرياضي	%
الحروب	1	303	72
قصور مؤسسات الدولة ذات العلاقة	2	230	55
المواطن	3	194	46
الأسرة	4	178	42
استخدام الأجهزة والمعدات	5	119	28

عند ســـؤالنا المبحوثين الذين أكدوا أن البيئة العراقية تعاني من تلوث بيئي عن أســـباب هذا التلوث حصـــلنا على إجابات تم ترتيبها في جدول تسلسل مرتبي احتلت الحروب فيه التسلسل المرتبي الأول حيث اشره (303) مبحوث وبنسـبة مقدارها (72 %) ، في حين احتل التســلســل المرتبي الثاني قصــور مؤســســات الدولة ذات العلاقة حيث اشـرها(230) مبحوث وبنسـبة (55%) بينما احتل المواطن كسـبب من أسـباب التلوث البيئي التسـلسـل المرتبي الثالث حيث اشره (194) مبحوث وبنسبة مقدارها(46%) ،كما احتل التسلسل ألمرتبي الرابع الأسرة كسبب في حدوث التلوث البيئي حيث أشرها (178) مبحوث وبنسبة مقدارها (42 %) واحتل التسلسل ألمرتبي الأخير استخدام الأجهزة والمعدات إذ أشرها (119) مبحوث وبنسبة (28 %)

جدول (4) يوضح إجابات المبحوثين فيما اذا كان هناك اثار للتلوث البيئي

الاجابات	العدد	%
نعم	418	87
لا	36	7
الى حد ما	27	6
المجموع	481	100

أشـــارت نتائج الدراســـة الميدانية من خلال توجيه ســـؤال المبحوثين حول مدى وجود أثار للتلوث البيئي الى ان (418) مبحوث وبنسـبة مقدارها (87%) اكدوا ذلك ،في حين لم يؤكد ذلك(36) مبحوث وبنسـبة مقدارها (7%) ،اما الذين أجابوا بعبارة الى حد ما فقد بلغ عددهم (27) مبحوث وبنسبة مقدارها (6%) ،يتضح من خلال إجابات المبحوثين ان اثار التلوث البيئي واضحة وملموسة وذلك من خلال ما يسببه من كوارث بيئية

جدول تسلسل مرتبي (5) يوضح إجابات المبحوثين حول اثار التلوث البيئي في البيئة الحضرية

الاثار المترتبة على التلوث البيئي في البيئة الحضرية	االتسلسل المرتبي	الوزن الرياضي	%
الاثار الصحية	1	255	53
الاثار الاجتماعية	2	208	43
الاثار النفسية	3	167	34
الاثار الاقتصادية	4	151	32

اشارت نتائج الدراسة الميدانية الى ان الاثار الصحية احتلت التسلسل المرتبي الأول حيث اشرها(255) مبحوث وبنسبة مقدارها (53%) ،اما التسلسل المرتبي الثاني فقد احتلته الآثار الاجتماعية حيث أشرها (208) مبحوث وبنســبة مقدارها (43%) ،اما الاثار النفســية فقد احتلت التســلســل المرتبي الثالث واشــرها (167) مبحوث وبنسبة مقدارها(34%) ،التسلسل المرتبي الرابع و الأخير فقد احتلته الاثار الاقتصادية واشرها (151) مبحوث وبنســبة مقدارها (32%)، وهذا يعني ان اثار التلوث البيئي لا تقتصــر على ناحية واحدة من الحياة انما تشــمل جميع نواحي الحياة المختلفة الصحية والاجتماعية والنفسية والاقتصادية

جدول (6) يوضح اجابات المبحوثين فيما اذاكانت الحروب سبب في التلوث البيئي وظهور المشكلات

اجابات	العدد	%
نعم	400	83
لا	4	1
الى حد ما	77	16
المجموع	481	100

أشـارت نتائج الدراسـة الميدانية خلال توجيه السـؤال للمبحوثين عما إذاكانت الحروب التي مر بها المجتمع العراقي تشكل سببا في حدوث التلوث البيئي وظهور المشكلات الاجتماعية ، أكد ذلك (400) مبحوث وبنسبة مقدارها (83%) ،في حين لم يؤكد ذلك (4) مبحوث وبنسـبة مقدارها (1%) ، أما من أجابوا بعبارة إلى حد ما فقد بلغ عددهم (77) مبحوث وبنسـبة مقدارها (16%) .ويشـير ذلك إلى أن الحروب التي تعرض لها المجتمع العراقي سـبب رئيسـي لحدوث أنواع عديدة من التلوث البيئي وهذا بدوره انعكس على تعرض الأفراد للأمراض الخطيرة والخسائر الاقتصادية واضطراب في النظام الاجتماعي

جدول (7): فعالية وسائل الإعلام التقليدية والرقمية

البند	التكرار	النسبة المئوية
من خلال وسائل الإعلام التقليدي	225	%44.20
من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	180	%37.80
من خلال الأصدقاء والمعارف	86	%18.00
المجموع	481	%100.00

بالرغم من تفضيل الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ، والتعامل مع الأنترنت ، الا إن الدراسة أظهرت بأن وسائل الإعلام التقليدية مازالت لها تأثير واضح على الآسر العراقية ، وكذلك الشباب وخاصة التلفزيون ، فقد احتلت وسـائل الإعلام التقليدية المرتبة الأولى بنسـبة 20و44% من ناحية فعاليتها في زيادة الوعي الاجتماعي، بينما جاءت وسائل التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثانية بنسبة 80و37% ، وجاء الأصدقاء والمعارف بالمرتبة الثالثة بنسبة 00و18% .وهذا يعني بأن وسائل الإعلام التقليدية مازالت لها تأثير واضح على المجتمع لمتابعتهم المسـتمرة للبرامج التلفزيونية بأنواعها لإشـباع حاجاتهم ،لكن الملاحظ ايضـا ارتفاع مواقع التواصل الاجتماعي في التفضيل خلال السنوات الأخيرة ، وهو مؤشر مهم على مستقبل الشبكات الاجتماعية في حياة الشباب مستقبلاً .

جدول (8): تأثير نوعية مضمون وسائل الإعلام على الاتجاهات نحو ظاهرة البيئة والتلوث

البند	التكرار	النسبة المئوية
الى حد كبير	102	%20.40
الى حد ما	286	%58.40
لا يؤثر	103	%21.20
المجموع	481	%100.00

بسؤال المبحوثين عن تأثير نوعية المضمون على اتجاهاتهم نحو البيئة والتلوث للمضامين التي تتضمنها وسائل الإعلام العراقية. أكد58.40% من المبحوثين أنهم يتاثرون الى(حد ما) بمضامين وسائل الإعلام وهي النسبة الأعلى ، بينما اشار20.40% بانهم يتأثرون تماما بهذه المضامين ، في حين اشار 21.20% بأنهم لايتأثرون بهذه المضامين . ومع ذلك فالاتجاه العام يؤشر بأن هذه الوسائل لها تأثير واضح على المبحوثين ، ويتطابق مع نتائج الجداول السابقة .

جدول(9): المشاركة في وسائل الإعلام لموضوعات البيئة والتلوث البيئي

البند	التكرار	النسبة المئوية
نعم	160	%33.60
احيانا	200	%41.20
لا	121	%25.20
المجموع	481	%100.00

تشير نتائج الجدول السابق بوجود مشاركة نسبية لعينة الدراسة في المشاركة بموضوعات البيئة والتلوث، حيث اشار33.60% بمشاركتهم بهذه الموضوعات، بينما اشار العدد الأكبر41.20% بأنهم يشاركون (أحيانا) ،اما نسبة25.20 % فأنهم لا يشاركون اطلاقا بهذه الموضوعات . ومع ذلك يمكن القول بأن العدد الأكبر يهتم بالمشاركة بسبب متابعتهم لقضايا البيئة والتلوث.

جدول (10): تأثير وسائل الإعلام على الوعي الاجتماعي في موضوع البيئة والتلوث البيئي

البند	التكرار	النسبة المئوية
نعم	347	%71.20
لا	134	%28.80
المجموع	481	%100.00

وبسؤال المبحوثين عن تأثير وسائل الإعلام على الوعي الاجتماعي في موضوع البيئة والتلوث البيئي، وجد إن هذه الوسائل لعبت دورا مهماً في تعميق الوعي الاجتماعي نحو موضوعات البيئة والتلوث بنسبة كبيرة هي71.20% ، بينما لم تؤثر هذه الوسائل على بعض أفراد العينة بنسبة 28.80% . وهذه النتائج تقترب كثيرا من نتائج الجداول السابقة.

الجدول(11) يوضح إجابات المبحوثين فيما إذا كان قصور الإعلام في مجال التوعية البيئية يؤدي إلى زيادة حدة التلوث البيئي

إجابات	العدد	%
نعم	334	69
لا	69	15
إلى حد ما	78	16
المجموع	481	100

أشارت نتائج الدراسة الميدانية من خلال إجابات المبحوثين عما إذا كان قصور الإعلام في مجال التوعية البيئية يشكل سببا في حدوث التلوث البيئي إلى أن (334) مبحوث وبنسبة مقدارها (69%) أكدوا ذلك ،في حين لم يؤكد ذلك (69) مبحوث وبنسبة مقدارها (15%) ،بينما أجاب (78) مبحوث وبنسبة مقدارها (16%) بعبارة إلى حد ما. وهذا يشير إلى أن قصور الإعلام في مجال التوعية البيئية يؤدي حتما إلى زيادة حدة التلوث البيئي.

جدول (12) يوضح إجابات المبحوثين فيما إذا كان قيام وسائل الإعلام بدورها في رفع المستوى العام للقضايا البيئية يؤدي للحد من مشكلات التلوث البيئي

الإجابات	العدد	%
نعم	297	62
لا	119	25
إلى حد ما	65	13
المجموع	481	100

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية خلال إجابات المبحوثين أن (297) أكدوا قيام الإعلام بدوره في رفع مستوى الوعي العام للقضايا البيئية التي تحد من مشكلات التلوث البيئي وبنسبة مقدارها(62%) بينما أجاب بـــ لا (119) مبحوث وبنسبة مقدارها(25%)، أما الذين أجابوا بعبارة إلى حد ما فقد بلغ عددهم (65) مبحوث وبنسبة مقدارها (13%) .نستنتج من ذلك أن وسائل الإعلام السمعية والمرئية والمقروءة بدورها الفعال والايجابي في رفع مستوى الوعي العام للقضايا البيئية ما يؤدي إلى الحد من مشكلات التلوث البيئي.

جدول تسلسل مرتبي (13) يوضح إجابات المبحوثين حول كيفية قيام وسائل الإعلام البيئي في رفع المستوى العام للقضايا البيئية والحد من مشكلات التلوث البيئي كما أجاب عليه (297) مبحوث

دور وسائل الإعلام	التسلسل المرتبي	الوزن الرياضي	%
من خلال إيجاد وعي بيئي لدى المواطنين	1	198	66
اكتساب المعرفة ونقلها	2	174	59
من خلال التأثير على الأفراد وتوعيتهم وربطهم بمجتمعهم من خلال توعيتهم بالمشكلات	3	161	54
التنبيه إلى أن زيادة التلوث قد يؤدي إلى كوارث صحية واجتماعية واقتصادية	4	153	51
رصد ومراقبة المشاكل البيئية	5	144	48
التوجه إلى العلماء والمفكرين والمثقفين للحفاظ على توازن البيئة	6	138	46
غرس المفاهيم الصحية عن البيئة لدى الأفراد والمؤسسات الصناعية	7	129	43
من خلال نقل التراث الثقافي والاجتماعي بين الأجيال	8	121	40
تأهيل الجمهور نفسه ليكون أداة في نشر قيم المحافظة على البيئة	9	118	39
تقييم العمل البيئي ككل	10	115	38
من خلال دوره في التعليم الالكتروني مثل التلفاز والانترنت	11	102	34
حث الجماهير ليكونوا قوة ضاغطة لحث أصحاب القرار على انتهاج سياسة إنمائية تحترم البيئة	12	19	7
تنبيه السياسيين على أن مسؤوليتهم لا تنحصر في مجموعة معينة من المواطنين أو حقبة زمنية معينة	13	17	6

وعند سؤالنا المبحوثين الذين أجابوا بنعم عن كيفية قيام وسائل الإعلام بدورها في رفع مستوى الوعي العام للقضايا البيئية للحد من مشكلات التلوث البيئي , حصلنا على إجابات تم ترتيبها بجدول تسلسل مرتبي احتل فيها إيجاد وعي بيئي لدى المواطنين التسلسل المرتبي الأول حيث اشره (198) مبحوث وبنسبة مقدارها (66%) ،أما اكتساب المعرفة ونقلها فقد احتلت التسلسل المرتبي الثاني واشرها (174) مبحوث وبنسبة مقدارها (59%) ،

التأثير على الأفراد وتوعيتهم وربطهم بمجتمعهم من خلال توعيتهم بالمشكلات جاء بالتسلسل المرتبي الثالث واشره (161) مبحوث وبنسبة مقدارها (54%) ، التنبيه إلى أن زيادة التلوث قد يؤدي إلى كوارث صحية واجتماعية واقتصادية جاء بالتسلسل المرتبي الرابع واشره (153) مبحوث وبنسبة مقدارها (51%) ، قيام وسائل الإعلام برصد ومراقبة المشاكل البيئية جاء بالتسلسل المرتبي الخامس واشره (144) مبحوث وبنسبة مقدارها (48%) ،أما قيام وسائل الإعلام بالتوجه إلى العلماء والمفكرين والمثقفين بالحفاظ على توازن البيئة فقد جاء بالتسلسل المرتبي السادس واشره (138) مبحوث وبنسبة مقدارها (46%) ، غرس المفاهيم الصحية عن البيئة لدى الأفراد والمؤسسات الصناعية جاء بالتسلسل المرتبي السابع واشره (129) مبحوث وبنسبة مقدارها (43%) . قيام وسائل الإعلام بنقل التراث الثقافي والاجتماعي بين الأجيال جاء بالتسلسل المرتبي الثامن واشره (121) مبحوث وبنسبة مقدارها (40%) ، وقيام وسائل الإعلام بتأهيل الجمهور نفسه ليكون أداة في نشر قيم المحافظة على البيئة جاء بالتسلسل المرتبي التاسع واشره (118) مبحوث وبنسبة مقدارها (39%) ، قيام وسائل الإعلام بتقييم العمل البيئي ككل جاء بالتسلسل المرتبي العاشر واشره (115) مبحوث وبنسبة مقدارها (38%) ، دور الإعلام في التعليم الالكتروني مثل التلفاز والانترنت جاء بالتسلسل المرتبي الحادي عشر اذ اشره (102) مبحوث وبنسبة مقدارها (34%) ، حث الجمهور ليكونوا قوة ضاغطة لحث أصحاب القرار على انتهاج سياسة إنمائية تحترم البيئة جاء بالتسلسل المرتبي الثاني عشر واشره (19) مبحوث وبنسبة مقدارها (7%) ، وأخيراً قيام وسائل الإعلام بتنبيه السياسي على ان مسؤوليتهم لا تنحصر في مجموعة معينة من المواطنين او حقبة زمنية معينة جاء بالتسلسل المرتبي الثالث عشر واشره (17) مبحوث وبنسبة مقدارها (6%).

جدول تسلسل مرتبي (14) يوضح إجابات المبحوثين حول أسباب انعدام دور وسائل الإعلام في رفع مستوى الوعي العام للقضايا البيئية والحد من مشكلات التلوث البيئي كما أجاب عليه 119 مبحوث

أسباب انعدام دور وسائل الإعلام	التسلسل المرتبي	الوزن الرياضي	%
ارتفاع نسبة الأمية في المجتمع	1	102	86
وسائل الإعلام في مجملها غير قادرة على أن تحدث تحول لدى الجمهور ويعوزها الوسائل التي تناسب عملية التحول	2	38	32

وعند سؤالنا المبحوثين الذين نفوا دور وسائل الإعلام في رفع مستوى الوعي العام للقضايا البيئية والحد من مشكلات التلوث البيئي عن أسباب نفيهم حصلنا على إجابات تم ترتيبها في جدول تسلسل مرتبي احتل فيها ارتفاع نسبة الأمية في المجتمع التسلسل المرتبي الأول واشرها (102) مبحوث وبنسبة مقدارها(86%)، أما

التسلسل المرتبي الثاني فاحتله أن وسائل الإعلام في مجملها غير قادرة على أن تحدث تحول لدى الجمهور ويعوزها الوسائل التي تناسب عملية التحول اذ أكد ذلك (38) مبحوث وبنسبة (32%)

جدول (15) يوضح قصور الإعلام في مجال التوعية البيئية حسب المستوى التعليمي

المستوى العلمي / الإجابات	أمي	يقرا ويكتب	ابتدائية	متوسطة	إعدادية	دبلوم	كلية–	ماجستير	دكتوراه	المجموع
نعم	12	18	19	32	79	39	127	5	3	334
لا	4	11	10	14	6	11	10	2	1	69
إلى حد ما	7	8	16	15	8	16	6	1	1	78
المجموع	23	37	45	61	93	66	143	8	5	481

القيمة المحسوبة : 61،2 القيمة الجدولية : 32 مستوى الثقة : 99% درجة الحرية : 16

وعندما قمنا بتقسيم وحدات العينة حسب المستوى التعليمي وأجرينا اختبار مربع كاي لمعرفة أهمية الفرق المعنوي بين إجابات المبحوثين عما إذا كان قصور الإعلام في مجال التوعية البيئية يشكل سببا يؤدي الى زيادة حدة التلوث البيئي حسب المستوى التعليمي أجابوا بنعم (12) مبحوث أمي، و(18) مبحوث ممن يقرؤون ويكتبون ، و(19) مبحوث من خريجي الدراسة الابتدائية ، و(32) مبحوث من خريجي الدراسة المتوسطة، و(79) مبحوث من خريجي الدراسة الإعدادية ، و(39) مبحوث من حملة شهادة الدبلوم ، (127) مبحوث من خريجي الكلية ، و(5) مبحوثين من حملة شهادة الماجستير ، و(3) مبحوثين من حملة شهادة الدكتوراه ، في حين أجابوا بـ لا (4) مبحوثين من الأميين ، و(11) مبحوث ممن يقرأون ويكتبون ، و(10) مبحوثين خريجي ابتدائية ، و(14) مبحوث خريجي الدراسة المتوسطة، و(6) مبحوثين من خريجي الدراسة الإعدادية ، و(11) مبحوث من حملة شهادة الدبلوم المعهد ، و(10) مبحوثين من خريجي الكليات ، و(2) مبحوثين من حملة الماجستير ، و(1) مبحوث من حملة الدكتوراه ، أما من أجابوا بعبارة إلى حد ما فقد بلغ عددهم (7) مبحوثين من الأميين و(8) مبحوثين من يقرؤون ويكتبون ، و (16) مبحوث من خريجي الدراسة الابتدائية ، و(15) مبحوث من خريجي الدراسة المتوسطة، و(8) مبحوثين من خريجي الدراسة الإعدادية و(16) مبحوث من حملة شهادة الدبلوم ، و(6) مبحوثين من خريجي الكلية و(1) مبحوث من حملة الماجستير و(1) مبحوث من حملة الدكتوراه ، وعند إجراء اختبار مربع كاي كانت النتيجة فرقا معنويا ذا دلالة إحصائية لان القيمة المحسوبة (2، 61) ، اكبر من القيمة الجدولية (32) على مستوى ثقة (99%) ودرجة حرية (16) عليه نقبل فرضية البحث ونرفض الفرضية الصفرية .

جدول (16): سبب عدم الثقة في الاخبار والمعلومات عن البيئة والتلوث

البند	التكرار	النسبة المئوية
لأنها تتبنى مواقف دعائية للحكومة تتعارض مع الشفافية	223	%16.27
لأنها تتبنى وجهة المؤسسات الخدمية	199	%14.51
لأنها تسيء الى المواطن وتركز على إيجابيات رجال الخدمة	133	%9.70
لأنها تلعب دورًا في زيادة تضخيم الاحداث بما يتوافق مع الحكومة	155	%11.31
لأنها تحاول تبرير سوء الخدمات	211	%15.39
لأنها تفتقد الى الرأي والرأي الآخر	155	%11.31
لأنها تهتم بالخلافات وتزيد الصراع بين المواطنين ومدراء الخدمات	143	%10.43
لأن محتوياتها غير كافية وغير موثقة	152	%11.09
المجموع	**1371**	**%100.00**

وتأكيدا للجداول السابق بعدم ثقة العدد الأكبر من عينة الدراسة بوسائل الإعلام في تناولها للبيئة والتلوث البيئي ،فإن نتائج هذا الجدول تشير الى إن الاسباب التي تؤدي الى عدم ثقة افراد عينة الدراسة في الاخبار والمعلومات عن التلوث البيئي يعود بالدرجة الاولى لتبني الأخبار والمعلومات مواقف دعائية للحكومة ومتعارضة مع الشفافية المطلوبة بنسبة16.27%

وكذلك لأنها تحاول تبرير سوء الخدمات 15.39% ، ولأنها تتبنى وجهة المؤسسات الخدمية بنسبة14.51% ، ولأنها تلعب دورًا في زيادة تضخيم الاحداث بما يتوافق مع الحكومة بنسبة11.31% ، ولأنها تلعب دورًا في زيادة تضخيم الاحداث بما يتوافق مع الحكومة 11.31% ، ولأنها تفتقد الى الرأي والرأي الآخر 11.09% ، لأنها تهتم بالخلافات وتزيد الصراع بين المواطنين ومدراء الخدمات 10.43% ، ولأنها تسيء الى المواطن وتركز على إيجابيات رجال الخدمة بنسبة 9.70% .وبشكل عام فأن النتائج تتطابق مع الجدول السابق ، وتشير الى ارتفاع الوعي لدى الآسر بسلبيات هذه الظاهرة وتأثيرها على أمن المجتمع .

جدول تسلسل مرتبي (17) يوضح إجابات المبحوثين حول الإجراءات المقترحة للحد من التلوث البيئي كما أجاب عليها 481 مبحوث

الإجراءات المقترحة للحد من التلوث البيئي	االتسلسل المرتبي	الوزن الرياضي	%
إصدار التشريعات المناسبة لحماية البيئة	1	204	43
تشجيع المواطنين على المشاركة في حملات نظافة البيئة	2	170	35
المراقبة الجدية للأغذية والمواد الداخلة للبلاد	3	132	27
اهتمام المناهج الدراسية بالتربية والتعليم البيئي	4	121	25
تحمل الدولة مسؤوليتها بخصوص علاج الحالات المرضية	5	105	21
إسهام وسائل الإعلام بالتوعية عن مخاطر التلوث البيئي	6	93	19
إزالة العشوائيات وتعويض ساكنيها بسكن ملائم	7	88	18
الاهتمام بدور دوائر التخطيط الحضري	8	67	13
تنشيط دور أجهزة التقييس والسيطرة النوعية	9	56	12
الاهتمام ببناء المناطق الخضراء	10	47	10

وعند سؤالنا المبحوثين حول الإجراءات المقترحة للحد من التلوث البيئي قدم المبحوثين عدة إجراءات مقترحة للحد من التلوث البيئي في المجتمع الحضري وتم ترتيبها في جدول تسلسل احتل الاجراء المتمثل باصدار التشريعات المناسبة لحماية البيئة ومراقبة تنفيذها التسلسل المرتبي الاول واشرها(204) مبحوث وبنسبة مقدارها (43%)، واحتل التسلسل المرتبي الثاني تشجيع المواطنين على المشاركة في حملات النظافة و أشرها (170) مبحوث وبنسبة مقدارها (35%)، بينما احتل التسلسل المرتبي الثالث المراقبة الجدية للأغذية والمواد الداخلة للبلاد واشرها (132) مبحوث وبنسبة مقدارها (27%)، اما التسلسل المرتبي الرابع فقد احتله اهتمام المناهج الدراسية بالتربية والتعليم البيئي واشرها (121) مبحوث وبنسبة مقدارها (25%) ، واحتل التسلسل المرتبي الخامس تحمل الدولة لمسؤوليتها بخصوص علاج الحالات المرضية الناتجة عن التلوث واشرها (105) مبحوث وبنسبة مقدارها (21%) ، واحتل التسلسل المرتبي السادس إسهام وسائل الإعلام بالتوعية عن مخاطر التلوث البيئي واشرها (93) مبحوث وبنسبة مقدارها (19%)، بينما احتل التسلسل المرتبي السابع إزالة العشوائيات وتعويض ساكنيها بسكن ملائم واشرها (88) مبحوث وبنسبة مقدارها (18%) ، كما احتل التسلسل المرتبي الثامن الاهتمام بدور دوائر التخطيط

الحضري واشرها(67) مبحوث وبنسبة مقدارها (13%)، واحتل التسلسل المرتبي التاسع تنشيط دور أجهزة التقييس والسيطرة النوعية واشرها (56) مبحوث وبنسبة مقدارها (12%) ، وأخيرا احتل التسلسل المرتبي العاشر الاهتمام ببناء المناطق الخضراء بوصفها مصدّات للرياح والكثبان الرملية واشرها(47) مبحوث وبنسبة مقدارها (10%)

نتائج البحث:

من أبرز نتائج البحث هي:

1-أشــارت نتائج الدراســة الميدانية الى تأكيد العدد الاكبر من المبحوثين وبنســبة مقدارها (87 %) الى وجود تلوث في البيئة العراقية بينما لم يؤكد ذلك وبنســـبة مقدارها(8%) ،أما من أجابوا بعبارة إلى حد ما فقد بلغ عددهم (23) مبحوث وبنسبة مقدارها(5%)، وهذا يعني أن الغالبية العظمى من المبحوثين تؤكد أن البيئة العراقية تعاني من تلوث كبير من جراء الحروب المســتمرة ،ونقص الخدمات ،وتردي الواقع الاجتماعي ،وظهور المشــكلات الاجتماعية ،أضافة الى الدور الضعيف للأسرة والمواطن .

2- بالرغم من تفضيل الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ، والتعامل مع الأنترنت ، الا إن الدراسة أظهرت بأن وسـائل الإعلام التقليدية مازالت لها تأثير واضـح على الآسـر العراقية ، وكذلك الشـباب وخاصـة التلفزيون ، فقد احتلت وســائل الإعلام التقليدية المرتبة الأولى بنســبة 20و44% من ناحية فعاليتها في زيادة الوعي الاجتماعي، بينما جاءت وسائل التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثانية بنسبة 80و37% ، وجاء الأصدقاء والمعارف بالمرتبة الثالثة بنسبة 00و18% .وهذا يعني بأن وسائل الإعلام التقليدية مازالت لها تأثير واضح على المجتمع لمتابعتهم المستمرة للبرامج التلفزيونية بأنواعها لإشـباع حاجاتهم ،لكن الملاحظ ايضـا ارتفاع مواقع التواصـل الاجتماعي في التفضـيل خلال السنوات الأخيرة ، وهو مؤشر مهم على مستقبل الشبكات الاجتماعية في حياة الشباب مستقبلاً .

3-وجود تأثير واضــح لوســائل الإعلام على نوعية المضــمون على اتجاهاتهم نحو البيئة والتلوث للمضــامين التي تتضمنها وسائل الإعلام العراقية. أكد58.40% من المبحوثين أنهم يتاثرون الى(حد ما) بمضامين وسائل الإعلام وهي النسبة الأعلى ، بينما اشار20.40% بانهم يتأثرون تماما بهذه المضامين، في حين اشار 21.20% بأنهم لا يتأثرون بهذه المضامين . ومع ذلك فالاتجاه العام يؤشر بأن هذه الوسائل لها تأثير واضح على المبحوثين، ويتطابق مع نتائج الجداول السابقة. كما لوحظ بوجود مشاركة نسبية في برامج البيئة، وخاصة في التلفزيون

4-تلعب وسائل الإعلام، برأي المبحوثين، دورا مهما في تشكيل الوعي الاجتماعي ازاء موضوعات البيئة والتلوث حيث وجد بنســبة كبيرة هي71.20% ، بينما لم تؤثر هذه الوسـائل على بعض أفراد العينة بنســبة 28.80% . وهذه النتائج تقترب كثيرا من نتائج الجداول الســـابقة. كما أشـــارت نتائج الدراســـة الميدانية من خلال إجابات المبحوثين عما إذا كان قصور الإعلام في مجال التوعية البيئية يشكل سببا في حدوث التلوث البيئي إلى نسبة مقدارها (69%) أكدوا ذلك ،في حين لم يؤكد ذلك وبنسبة مقدارها (15%) بينما أجاب بنسبة مقدارها (16%) بعبارة إلى حد ما. وهذا يشير إلى أن قصور الإعلام في مجال التوعية البيئية يؤدي حتما إلى زيادة حدة التلوث البيئي

5- يمكن لوسائل الإعلام القيام بدورها في رفع مستوى الوعي العام للقضايا البيئية للحد من مشكلات التلوث البيئي من وجهة المبحوثين ، حيث جاء في الترتيب الاول موضوع إيجاد وعي بيئي لدى المواطنين وبنسبة مقدارها (66%) ،أما اكتساب المعرفة ونقلها فقد احتلت التسلسل المرتبي الثاني وبنسبة مقدارها (59%) ، التأثير على الأفراد وتوعيتهم وربطهم بمجتمعهم من خلال توعيتهم بالمشكلات جاء بالتسلسل المرتبي الثالث وبنسبة مقدارها (54%) ،و التنبيه إلى أن زيادة التلوث قد يؤدي إلى كوارث صحية واجتماعية واقتصادية جاء بالتسلسل المرتبي الرابع وبنسبة مقدارها (51%) ،و قيام وسائل الإعلام برصد ومراقبة المشاكل البيئية جاء بالتسلسل المرتبي الخامس وبنسبة مقدارها (48%) . اضافة الى التوجه إلى العلماء والمفكرين والمثقفين للحفاظ على توازن البيئة وغرس المفاهيم الصحية عن البيئة لدى الأفراد والمؤسسات الصناعية.

6- اشارت الدراسة الى ان من اهم اسباب عدم ثقة العدد الأكبر من عينة الدراسة بوسائل الإعلام في تناولها للبيئة والتلوث البيئي ، عدم ثقة افراد عينة الدراسة في الاخبار والمعلومات عن التلوث البيئي يعود بالدرجة الاولى لتبني الأخبار والمعلومات مواقف دعائية للحكومة ومتعارضة مع الشفافية المطلوبة بنسبة16.27% ،وكذلك لأنها تحاول تبرير سوء الخدمات 15.39% ، ولأنها تتبنى وجهة المؤسسات الخدمية بنسبة14.51% ، ولأنها تلعب دورًا في زيادة تضخيم الاحداث بما يتوافق مع الحكومة بنسبة11.31% ، وكونها تلعب دورًا في زيادة تضخيم الاحداث بما يتوافق مع الحكومة 11.31% ، ولأنها تفتقد الى الرأي والرأي الآخر 11.09% ، لكما انها تهتم بالخلافات وتزيد الصراع بين المواطنين ومدراء الخدمات 10.43% ،وهذا يشير الى ارتفاع الوعي لدى الآسر بسلبيات هذه الظاهرة وتأثيرها على أمن المجتمع .

7- قدم المبحوثين عدة إجراءات مقترحة للحد من التلوث البيئي في المجتمع الحضري ، حيث احتل الاجراء المتمثل باصدار التشريعات المناسبة لحماية البيئة ومراقبة تنفيذها التسلسل المرتبي الاول وبنسبة مقدارها (43%)، واحتل التسلسل المرتبي الثاني تشجيع المواطنين على المشاركة في حملات النظافة وبنسبة مقدارها (35%)، بينما احتل التسلسل المرتبي الثالث المراقبة الجدية للأغذية والمواد الداخلة للبلاد وبنسبة مقدارها (27%)، اما التسلسل المرتبي الرابع فقد احتله اهتمام المناهج الدراسية بالتربية والتعليم البيئي وبنسبة مقدارها (25%) ، واحتل التسلسل المرتبي الخامس تحمل الدولة لمسؤوليتها بخصوص علاج الحالات المرضية الناتجة عن التلوث وبنسبة مقدارها (21%) ، واحتل التسلسل المرتبي السادس إسهام وسائل الإعلام بالتوعية عن مخاطر التلوث البيئي وبنسبة مقدارها (19%)، بينما احتل التسلسل المرتبي السابع إزالة العشوائيات وتعويض ساكنيها بسكن ملائم وبنسبة مقدارها (18%) .

التوصيات:

1- ضرورة التوجه من قبل وزارة التربية لوضع مناهج دراسية تتعلق بالوعي البيئي وتخصيص دروس توعوية يلقيها الكادر التدريسي على التلاميذ من اجل المساهمة في الحفاظ على البيئة. والمسؤول عن تنفيذ هذه التوصية هي وزارة التربية.

2- قيام الاسرة بتوعية ابناءها وغرس القيم الايجابية في نفوسهم وتوجيههم وإرشادهم لإتباع السلوك الصحيح والايجابي عن طريق التنشئة الاجتماعية السليمة.

3- ضرورة ان تقوم المؤسسات الإعلامية العراقية ببناء اعلام متخصص في البيئة، وتدريب الكادر الإعلامي في هذا المجال، مع اهمية زيادة البرامج الإعلامية في مجال التلوث البيئي، وتعميق الثقافة البيئية للجمهور بما يجعلهم قادرين على تحدي مشكلات التلوث في البيئة الطبيعية والاجتماعية.

4- اهمية استثمار وسائل التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة البيئة، لأنها الاقدر في هذا العصر الرقمي لاختراق مدارك الجمهور والتأثير عليه، خاصة بين الشباب

5- تفعيل دور وسائل الإعلام للقيام بمهامها عن طريق التنسيق بينها وبين المؤسسات الاجتماعية الاخرى من اجل النهوض بالواقع البيئي.

6- سن القوانين والتشريعات الرادعة التي تحد من سلوك المتجاوزين على البيئة وفرض الغرامات المالية عليهم وتفعيل قانون حماية البيئة من التلوث.

7- ضرورة النهوض بمستوى الخدمات الاجتماعية والصحية مثل تبليط الشوارع وتزويد الأسر بأكياس النفايات وتوفير المياه النقية والصالحة للشرب وكذلك توفير الحاويات في كل منطقة والاهتمام بقنوات الصرف الصحي للتقليل والحد من خطورة المشكلة. والمسؤولة عن تنفيذ هذه التوصية وزارة البيئة ووزارة المالية.

8- ضرورة اهتمام الدولة بمشكلات التلوث البيئي عن طريق تخصيص اماكن للمصانع والمعامل بعيدا عن المنازل السكنية والمدارس والمستشفيات.

9- توفير السكن الصحي والملائم لجميع افراد المجتمع والتقليل من العشوائيات والحد من هجرة ابناء الريف الى المدينة وذلك عن طريق تقديم الدعم للمزارعين وتوفير الخدمات لأبناء الريف.

10-التنسيق بين منظمات المجتمع المدني التي تهتم بمواضيع البيئة والتلوث مع المؤسسات الاجتماعية الاخرى للحد من زيادة التلوث البيئي.

11-ضرورة منع القاء القمامة والمخلفات الصناعية او الصحية او الزراعية الى الشواطئ والانهار وكذلك منع حرق النفايات في الشوارع وذلك للحفاظ على الهواء والمياه من التلوث البيئي. والمسؤول عن تنفيذ هذه التوصية هي وزارة البيئة.

12- الاهتمام بتخطيط المدن وتعريض الشوارع وتشجيرها وزيادة المساحات الخضراء لما لها من دور في تخفيف حدة التلوث البيئي. والمسؤول عن تنفيذ هذه التوصية هي وزارة التخطيط.

13- منع مرور السيارات والشاحنات الكبيرة داخل المدينة، وانشاء طرق خارجية لها بعيدا عن مركز المدينة. والمسؤول عن تنفيذ هذه التوصية هي وزارة الاسكان والاعمار.

14- تفعيل دور المؤسسة الصحية من خلال وضع رقابة على المواد الغذائية التالفة الداخلة من الخارج وكذلك معالجة الحالات المرضية الناجمة عن التلوث البيئي. والمسؤول عن تنفيذ هذه التوصية هي وزارة الصحة.

15- تفعيل دور دوائر البلدية لقيامها بحملات النظافة وتنظيف الشوارع بشكل يومي ومستمر وعدم ترك النفايات في اماكنها لعدة ايام وفي المناطق كافة للوقاية من اضرار التلوث البيئي. والمسؤول عن تنفيذ هذه التوصية هي وزارة البلديات والبيئة.

16- خضوع كافة النشاطات المؤثرة والمسببة للتلوث البيئي للرقابة ووضع الية وضوابط محددة لذلك.

17- توفير متطلبات قياس الملوثات بكافة انواعها ومدى خطورتها على الانسان وتزويد دائرة حماية وتحسين البيئة بنتائجها.

18- قيام الدوائر المعنية بتوزيع المبيدات الكيميائية والاسمدة على المزارعين لتلافي خطورة تلوث التربة والغذاء. والمسؤول عن تنفيذ هذه التوصية هي وزارة الزراعة.

19- التوجه من قبل وزارة البيئة بمراقبة عمل دوائر البيئة ودوائر البلدية في جميع المدن ومحاسبة المقصرين والمتهاونين واتخاذ الإجراءات الأزمة بحقهم.

20- ضرورة اهتمام الدولة والمسؤولين بقضايا البيئة والتلوث وتوفير الأموال الأزمة لغرض الارتقاء والنهوض بالواقع البيئي.

21- التأكيد على التعاون والتنسيق بين وزارة البيئة ووزارة التربية من اجل ترسيخ مبادئ التربية البيئية في نفوس أبناء المجتمع.

المصادر والمراجع

أولا–المراجع باللغة العربية:

1- بشير ناظر الجحيشي (2004)،الاثار الاجتماعية للتلوث البيئي ، دراسة ميدانية لأثار الحرب في المجتمع العراقي ، ط1 ،القاهرة، دار الافاق العربية .

2- بيان محمد الكايد (2011)، سيكلوجية البيئة وكيفية حمايتها من التلوث البيئي ، ط1 ، عمان ، دار الراية للنشر والتوزيع ،

3-جبارة عطية جبارة ، سيد عوض (2003) ، المشكلات الاجتماعية ، الإسكندرية ، دار الوفاء ، .

4-جمال الدين أحمد ، عبدالله ،عزة أحمد ،التلوث البيئى فى جمهورية مصر العربية و أثره على الإقتصاد القومى، جامعة عين

5-شمس،كلية التجارة،وحدة بحوث الأزمات على الرابط : bu.edu.eg/portal/uploads/Artsution.doc

6-جمال الدين صالح و على السيد (2003) ، الإعلام البيئي ، مركز الاسكندرية ، مصر

7-حسن احمد شحاته (2006)، تلوث البيئة والسلوكيات الخاطئة وكيفية معالجتها، ط3، القاهرة، مكتبة الدار العربية للكتاب ،.

8-حسين صعب الصحافة البيئية (2000)، دليل المدرب الصحفي، مطابع الأهرام التجارية

9-حلس ، موسى عبد الرحيم حلس (2003)، مدخل إلى علم الاجتماع، مكتبة ومطبعة دار المنار، غزة، . فلسطين،

10-محمد حسين محمد الشواني(2009) . القيم الثقافية وتلوث البيئة الحضرية، (دراسة ميدانية في مدينة كركوك) اطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى مجلس كلية الآداب جامعة بغداد

11-سمير عبد الرحمن الشمري(2009) ، مشكلات اجتماعية في منظور سوسيولوجي ، ط1 ، صنعاء ، مركز عبادي للدراسات والنشر

12-سيد عاشور احمد(2006) ، التلوث البيئي في الوطن العربي واقعه وحلول معالجته ، ط2 ، مصر ، دار النهضة للطباعة والنشر ،

13-عبد الشهد الجاسم (2011)، المشكلات الاجتماعية المصاحبة للفقر ، جامعة بغداد ، مجلة كلية التربية للبنات ، مجلد 22 ، العدد 3 ، .

14-عبدالله احمد الشايع (2003) ، الإعلام و دوره في تحقيق الأمن البيئي ، أكادمية نايف للعلوم الأمنية ،

15-علاء السيد محمد(2006)، المشكلات البيئية للقاهرة الكبرى ، ط1، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية .

16-على محمد القحطاني(2005)، التلوث البيئي الناتج عن محطات الوقود في مدينة الدمام ، (دراسة ميدانية في السعودية ، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية على الموقع التالي:

(http://www.araburban.net/files.php?file=Petrol-Stations_566835329.pdf

17-على حنوش(2000) ، العراق مشكلات الحاضر وخيارات المستقبل ، ط1 ، بيروت ، دار الكنوز الأدبية ،

18-على ليلة، محمد السيد عامر (2002)، المشاركة الشعبية لحماية البيئة في منظور الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث

19--فتحي دردار، البيئة والتلوث(2012) ، بغداد ، دار الكتب والوثائق الوطنية .

20-فتحي محمد الشرقاوي (2009)، البيئة والمجتمع المصري ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية .

21-كريم محمد حمزة الأبعاد البيئية للعدوان على العراق ، بغداد ، بيت الحكمة ، 2001

22-محمد على الانباري، وآخرون(2011) ، دراسة تحليلية لمشكلات البيئة الحضرية في مدينة الحلة ، مجلة حولية المنتدى ، العدد 4 ، 23-محمد الجوهري ، وآخرون (2010)، علم اجتماع البيئة ن ط1 ، الأردن ، دار المسيرة للنشر ،

24-محمد محمود دهيبة (2010) ، علم البيئة ، ط1 ، عمان ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع

25-نعيم محمد الانصاري (2009) ، التلوث البيئي مخاطر عصرية واستجابة علمية ، ط1 ، دار دجلة للنشر .

26-نهى القاطرجي(2006) ،المرأة في منظومة الأمم المتحدة ، ط1 ، بيروت ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر .

27-يونس ابراهيم يونس (2009)، البيئة في الاسلام ، ط1، عمان ، دار الحامد للنشر والتوزيع،

ثانيا–المراجع باللغة الأجنبية

، environmental pollution and its effects on life and 2-Banks،1-Ahmed Khan(2009) ، Elsevier Inc.، Academic Press، Encyclopedia of Consciousness، ed.،William P. ، UK،Oxford

The Modern ، Legal Consciousness: Some Observations،(2004) Dave،-Cowan2 2004. ، USA، Blackwell Publishing، No. 6، Vol. 67،Law Review

John ، Consciousness and intentionality، John، and McMillan، Grant R.،4-Gillet ، Amsterdam،Benjamins Publishing Co.

5-Logan Robert A،(1992) Environmental Issue for the '90s : A handbook for Journalists – The Media Inbstute، Washington D.C

6-ministere déménagement du territoire et de environnement، manuel dinformation sur la gestion des dechets solides urbains، coopération technique ،Alger –juillet ، 2001 ،

w.w.norton and cumbnay – ، New York ،، Environment and Men،7-R.Hwagner 1974.،nc

environmental planning for sustainable ،(2000) Board of Spain،8-Ronald Williams ، (the annual conference of the Caribbean in Haguar Lamas،urban development ،Trinidad

9-Ross McKinney(2004)،environmental pollution control measures، New York، Marcel DekkerCompanyforPrintingandPublishing،)atthefollowing location(http://bookos.org/g/Ross%20E.%20McKinney

10-.Tords Klstron and et،al،apublication of the New York Academy of Medicine . Journal of urban Health. Volume 84 lessue.1.2007.at the following location (http //link springer.com/article

وسائل الإعلام وطرق تناولها لقضية دمج وتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة

" تصور مقترح للإعلام المتخصص " الاجتماعي "

The media and its methods of dealing with the issue of integrating and rehabilitating people with special needs

"A suggested vision for the specialized media"

د/ أريج إبراهيم عبد الحميد *

د/ ماجدة حمد اسويب*

الملخص:

الرسائل الإعلامية لها إشكال متنوعة منها المرئية والمسموعة والمقروءة والالكترونية أيضا، وعلى الرغم من ذلك إلا نلاحظ قصورا واضحا في قدرتها على تقديم رؤية جادة نحو "ذوي الاحتياجات الخاصة " والتي من شأنها خلق الوعي المجتمعي وتقبل حقوقهم وواجباتهم وتفهم طرق تأهيلهم ودمجهم في المجتمع المحيط بهم ، وعليه هدفت الدراسة الحالية لتقديم تصور مقترح نحو إنشاء إعلام متخصص" اجتماعي " يعمل من خلال المواد والرسائل الإعلامية في تشكيل التوجه الإيجابي المرغوب من قبل أفراد المجتمع نحو ذوي الفئات الخاصة وباستخدام الباحثتين المنهج الوصفي التحليلي وفي ضوء الدراسات السابقة رصدت جملة من النتائج والتوصيات من أهمها :

- من المؤكد أن الإعلام في حاجة إلى مراجعة أولوياته والانتقال بالرسائل الإعلامية عن التطوع والمتطوعين، فهي الوسيلة المؤثرة في تناول قضاياهم وتغير المفاهيم فينبغي لها أن تكون متلاحقة وسريعة وفعالة وأن تنقل الواقع الحالي لحقوق وواجبات ذوي الاحتياجات الخاصة.
- هنالك الكثير من النماذج الرائدة من ذوي الاحتياجات الخاصة التي تحتاج إلى أن تنتقل إليها بؤرة الاهتمام وذلك من خلال توظيف وسائل الإعلام الالكترونية للتأثير وتعديل النظرة المجتمعية في قدرتهم على
- التأقلم والنجاح، **وقد أوصت الدراسة في الختام:** بإجراء المزيد من البحوث التربوية التي ترتكز على استخدام وسائل الإعلام المتخصص " الاجتماعي " في توعية وتأهيل وإرشاد – ذوي الاحتياجات الخاصة –وأولياء أمورهم بالتعاون مع الأخصائيين والمرشدين النفسين.

*- عضو هيأة تدريس قسم العلوم التربوية والنفسية –كلية التربية –جامعة بنغازي–ليبيا/areegalhase530@gmail.com

*-عضو هيئة تدريس قسم العلوم التربوية والنفسية –كلية التربية –جامعة بنغازي–ليبيا/ Magda–h m67@yahoo.com

الكلمات المفتاحية: ذوي الاحتياجات الخاصة/ التوعية المجتمعية/ وسائل الإعلام.

Abstract:

Media messages have a variety of forms, including video, audio, readable and electronic. Accordingly, the present study aimed at presenting a proposed vision towards the establishment of a specialized social media that works through media materials and messages in shaping the positive orientation desired by the community members towards the special groups. For the previous spotted a number of findings and recommendations, the most important of which are: The media certainly needs to review its priorities and move the media messages about volunteerism and volunteers. It is the effective means in dealing with their issues and changing the perceptions, it should be successive, fast and effective and convey the current reality of the rights and duties of people with special needs.• There are many leading models of people with special needs that need to be the focus of attention, through the use of electronic media to influence the modification of the societal perception in their ability to adapt and succeed, the study concluded in conclusion: the conduct of more educational research based on The use of "social" specialized media to raise awareness, qualify and guide people with special needs and their parents in cooperation with specialists and counselors.

Key words: Special Needs _ Community Awareness – Media

مقدمة:

تفعيلا للرؤية التي يقدمها التربويين بالمساواة وعدم التميز ، شهدنا في السنوات الأخيرة اهتماما متزايدا وملحوظا بقضايا ذوي الفئات الخاصة؛ خاصة فيما يتعلق بمحاولة دمجها داخل المجتمع ؛ ونيلهم كافة حقوقهم في ميادين التعليم والتعلم والعمل أيضا ؛وذلك من خلال جعل ذوي الاحتياجات الخاصة من ضمن الفئات الهامة القادرة على تحقيق التنمية والتقدم لأي مجتمع كان ، ذلك المنطلق التربوي العام الذي كان شعرا للعديد من الملتقيات والمؤتمرات العلمية العالمية والإقليمية ،غير ان المتفحص للواقع الحالي للبيئة المحلية قد يلاحظ وجود تناقض كبير بين ما يجب ان يكون وبين ما هو قائم فعليا ؛ وقد يعود ذلك لكون النظرة المجتمعية يشوبها الكثير من الغموض وعدم الوضوح من قبل غالبية إفراد المجتمع ؛ حيث نشهد الكثير من حالات عدم الفهم لطبيعة– الفئات الخاصة – ومشكلاتهم وكيفية معالجتها، مع غياب الوعي بين عامة الناس في كيفية التعامل معهم ، مع تناقص القدرة على دمجهم داخل الأسرة ، يصعب من أمر دمجهم داخل المجتمع .

وعلى اعتبار أن وسائل الإعلام هي وسائل وثيقة الصلة بقضايا التوعية والإرشاد المجتمعي ؛ وذلك لكونها أحدي الأجهزة المسئولة عن تلبية احتياجات المجتمع من الفهم والوعي والإدراك؛ وتزويده بكل ما يحتاج إليه من معلومات هامة حول جميع الفئات والشرائح المكونة له ، وعليه يصبح الإعلام هو الجهة التي من شأنها التحدث عن هذه الفئة بصورة إيجابية وصحيحة، فهو بذلك يؤدي المهمة التي أوكلت إليه خاصة إذا ما لاحظنا افتقار معظم أفراد المجتمع للمعلومات البسيطة و الواضحة بمسميات ومصطلحات -ذوي الاحتياجات الخاصة - مما قد يؤثر سلباً في اتجاهاتهم نحو أولئك الأشخاص أنفسهم ؛ خاصة في ظلّ وجود فجوة بين الإعلاميين والتربويين المتخصصين في مجال التربية الخاصة؛ من حيث تبادل الآراء والخبرات ولذا فإن حملات التوعية المستمرة الموجهة لعموم المجتمع، بصدد مسائل محددة، من شأنها أن تعدل بعض الأفكار الخاطئة والتي لن يكون لها أثر عام وبعيد المدى وحسب، بل يمكن أن يكون لها أثر ملموس لأكبر عدد من المتلقين وفي مدى زمني قصير نسبيا، وتشير (حسنه ، 2012)، إلى إن أن الكثير من العامة لا يدركون ماهية التربية الخاصة وفئاتها ويعتمدون على الإعلام في الدرجة الأولى في تعريفهم بهم، ولعل قضية الإعلام والإعاقة قضية عالمية وليست محلية أو إقليمية أن الهدف الأسمى من الإعلام في مجال التربية الخاصة التقليل من مشكلة الإعاقة من جهة والوعي الوقائي بعد حدوثها وتحقيق أكبر دور من الفاعلية ، وتؤكد "بيث هولر" أن الصورة الذهنية السلبية عن ذوي الاحتياجات الخاصة في التغطية الإعلامية تتركز في تصويرهم على أنهم مرضى وعاجزين ويحتاحون إلى الدعم والمراقبة الدائمة والمستمرة وذلك ما أطلق عليه اسم النموذج السلبي في الإعلام العالمي(Haller,1997) ،واتفاقا مع ذلك يوضح "باريكوربت" أن معظم التغطية الإعلامية تنظر إلى الإعاقة على انه صراع مع المحنة وترفض أن تنظر إلى أن معظم الصعوبات التي يواجهها المعاقون هي من المجتمع نفسه، وأن اغلب الإعلاميين لا يدركون أن معظم المعاناة يمكن تخفيفها من خلال تركيز الضوء على السياسات المتبعة تجاه ذوي الاحتياجات الخاصة (Levine,2004).

ويري (صابر ، 2016) ،أن للأعلام دور مهم وفعال في تكريس وتعديل النظرة الإيجابية لذوي الاحتياجات الخاصة، حيث يمكنه الحديث ببساطة وبوضوح عن مشكلة المجتمع والأسرة في كيفية التعامل مع الأفراد والأطفال من هذه الفئة والعمل على دمجهم في المجتمع من خلال تأهيلهم بشكل علمي وتربوي فلا ينظر إليهم نظرة دونية، أو نظرة ضبابية مشوبة بالحذر والغموض أو عدم الفهم؛ ومن خلال الإعلام الذي يجب أن يغير هذه النظرة إلى نظره ايجابية وأنه شخص فعال بالمجتمع مثل بقية الأفراد، وعليه تم التطرق لأهمية ودور وسائل الإعلام قديمها وحديثها في عرض قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة حيث بدأ يتشكل تخصص جديد في مجال دراسات الإعاقة Disability) Studies)،(عاقل ، محمد ،2018: 383) ،الأمر الذي دفع بالمؤسسات الإعلامية الكبرى في الدول الغربية

وبعض الدول العربية إلى خوض غمار التخصص من خلال التركيز على مضامين إعلامية محددة لتلبية حاجات فئات محددة إن التطور المذهل لاستخدامات وسائل الإعلام والتوسع الهائل في توظيفها في خدمة المجتمع، جعل من الإعلام ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها في ظل أهداف متعددة ومتشابكة تسعى للرفع من مستوى الإفراد اجتماعيا وثقافيا واقتصاديا، وتحسين صورة المجتمعات الإقليمية والعالمية ،تلك المزايا التي يمتلكها الإعلام في التأثير على المجتمعات الإنسانية ،إنما يعود إلى قدرته على التحدث عن حاجات الإفراد داخل المجتمعات نفسها ،وبالتالي يكون لزاما على وسائل الإعلام أن تقوم بصياغة رسائل إعلامية مناسبة لخصائص كل شريحة مستهدفة في إطار تحقيق أهداف ووظائف العملية الاتصالية والإعلامية، ومن بين الفئات الاجتماعية التي تحتاج إلى رعاية واهتمام ودفع قوي لتنميتها واستغلال قدراتها هي فئة ذوي الاحتياجات الخاصة (نور الدين ، 2018 :200).

مشكلة الدراسة:

تُعد وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة مصدرا مهما من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع ومن بين الفئات الاجتماعية التي تحتاج إلى رعاية واهتمام ودفع قوي لتنميتها واستغلال قدراتها هي فئة ذوي الاحتياجات الخاصة ، بالرغم من الدور الكبير الذي يقوم به الإعلام في عرض القضايا الاجتماعية إلا إننا نجد تجاهل وتهميش شبه تام في تناول قضايا ذوى الاحتياجات الخاصة فيما يخص الحديث عن مشاكل تلك الفئة أو كيفية المطالبة بحقوقهم وواجباتهم أو طرح أفكار حول وعيي أفراد المجتمع بما لدى هؤلاء الناس من قدرات وإمكانيات قد نستطيع الاستفادة بها وتحويل هذا الفرد من شخص غير منتج وفعال إلى شخص مؤثر وفعال في المجتمع ، فإذا تأملنا الإعمال المختلفة للإعلام العربي بمختلف أنواعها المرئية أو المسموعة أو المطبوعة فنجد تهميش لهذه الفئة بشكل كبير وكأنها فئة غير موجودة مع فئات المجتمع المختلفة ، حتى المعالجة الإعلامية لتلك النوعية من الإعمال في المجتمع العربي غالبا ما اتسمت بالسطحية دون النظر إلى النواحي الإنسانية لهؤلاء البشر (النجار ،2014) .

هذا وتري الباحثتين إن هنالك خطورة ناجمة عن التقصير في دور وسائل الإعلام العربية تجاه ذوي الفئات الخاصة ، تكمن في أنها تتجاهل تناول هذه الشريحة بطريقة صحيحة تمكننا من تأهيلهم وتقبلهم كجزء من النسيج الاجتماعي للمجتمع ، ومع تطور القوانين الدولية التي تدعوا إلى حماية الأشخاص من ذوي الفئات الخاصة تغيرت المفاهيم بتزايد الاهتمام التوعوي بهذه الشريحة المجتمعية غير أن معظم الاهتمامات لم تتطرق إلى تفعيل دور وسائل الإعلام في خدمة قضايا الإعاقة بشكل عام، وكذلك ينطبق الأمر مع وسائل الإعلام الليبية التي تنقصها الحرفية والمهنية اللازمة في خلق مجال إعلام يختص بذوي الفئات الخاصة؛ مما يكون له أسوأ الأثر في تشكيل التوجه المجتمعي الصحيح والمناسب

نحوهم، وبوجه عام فإن هذه الحالة قضية مجتمعية تحتاج إلى إجراء البحوث والدراسات النظرية والعلمية لتصويب النظرة العامة لذوي الاحتياجات الخاصة وطرح البرامج المتخصصة لرعايتهم ودمجهم في المجتمع وفق الأساليب العلمية والتخطيط المتكامل، تربويا واجتماعياً ثقافيا و إعلاميا الأمر الذي يحتم علينا السعي الجاد للنهوض بتقديم رؤية مقترحة نحو إنشاء إعلام متخصص هادف يقوم بنشر التوعية بشتَّى أنواع الاحتياجات المطلوبة لذوي الفئات والعمل الجاد لإعادة تشكيل صورة جديدة عن ذوي الاحتياجات الخاصة وإزالة الصورة النمطية السلبية وذلك من خلال تسليط الضوء على القدرات التي يمتلكونها ولا يقتصر على الأعلام الترويجي ، أنما هو تحدي لقدرة وسائل الأعلام على تقديم صوره ذهنية صحيحة ،وتتلخص مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية :

- **ما هو دور وسائل الإعلام في تعديل الثقافة المجتمعية نحو ذوي الفئات الخاصة؟**
- **ما هو دور وسائل الإعلام في خدمة قضايا الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة؟**

أهمية الدراسة:

تسعي الدراسة الحالية لرصد التأثيرات المختلفة التي تحدثها وسائل الأعلام بأنواعها المرئية والمسموعة على ثقافة الفرد والمجتمع، ومحاولة تعديل توجهاتهم السلبية نحو طرق إعداد وتأهيل ذوي الفئات الخاصة في المجتمع الليبي، ويتم ذلك من خلال تقديم تصور مقترح لتفعيل قسم إعلامي متخصص في تناول ومعالجة قضايا الفئات الخاصة وذلك من خلال الآتي:

- توطين مفهوم جديد للإعلام المتخصص "الإعلام الاجتماعي " الذي يعنى أساساً بدور وقدرة وسائل الإعلام في آن واحد على تشكيل رؤية الفرد تجاه المجتمع وقضاياه وفي تشكيل الرأي العام والذي سيتم تناوله ولأول مرة من خلال الدراسة الحالية وذلك على حد علم الباحثات.
- تهتم الدراسة الحالية بلفت الانتباه نحو الدور الذي يجب ان يلعبه الإعلام في التوجيه والتوعية والإرشاد من خلال تقديم برامج تربوية معدة بشكل علمي وصحيح لتناول قضايا الفئات الخاصة مع التنويه بأهمية مشاركتهم في إعداد وتنفيذ هذه البرامج الإعلامية.
- التطرق لذوي الاحتياجات الخاصة كنماذج ناجحة وكلما توافرت وسائل الإعلام كلما زادت إمكانية استخدامها للتعويض لتحقيق التوازن في حياة الناس.

أهداف الدراسة:

1–إيجاد الأعلام التربوي والسعي إلى وضع معايير صحيحة حول مَن يديره، حيث يتطلب انتقاء شخصيات علمية متخصصة في هذا المجال للقيام بالتوعية المجتمعية.

2–الكشف عن دور وسائل الأعلام " المرئية والمسموعة " في التوعية المجتمعية وبث روح التفهم والتقبل، نحو ذوي الفئات الخاصة والكشف عن طرق تأهيلهم بطريقة صحيحة لكي يتم دمجهم وتأهيلهم لخدمة المجتمع.

3–طرح رؤية تربوية تعليمية هادفة من خلاله المواد الإعلامية التربوية التي تقدم، بحيث يكون لها هدفاً واضحاً، ورسالة تعليمية تربوية اجتماعية ثقافية؛ من خلال البرامج المتنوعة التي سيكون له أثرا في تشكيل التوجه الإيجابي المرغوب من قبل أفراد المجتمع نحو ذوي الفئات الخاصة.

منهج الدراسة:

تصنف هذه الدراسة ضمن **الدراسات الوصفية التحليلية** بهدف زيادة التواصل بين وسائل الإعلام المتخلفة وبين تناولها قضايا وذوي الاحتياجات الخاصة، وتحقيقا لذلك اعتمدت الباحثتين على كل من المدخل الوظيفي والمدخل الاجتماعي من خلال توظيف الإطار النظري والدراسات السابقة في خلق رؤية مقترحة بشكل يناسب أهداف الدراسة وتساؤلاتها والنتائج التي تسعي لرصدها.

المفاهيم والمصطلحات:

ذوي الاحتياجات الخاصة :يشمل مصطلح ذوي الاحتياجات الخاصة لمن يعانون من الإعاقات المختلفة، وهي فئة تنفرد بمجموعة من الخصائص المختلفة عن بقية الشرائح الاجتماعية، ولديها حاجات خاصة تعجز في الكثير من الأحيان عن إشباعها بالطرق الطبيعية، في حين تنقسم الإعاقة بدورها إلى: إعاقة سمعية، إعاقة جسمية حركية، إعاقة بصرية، إعاقة عقلية، صعوبات التعلم، مشكلات اللغة والنطق والاتصال، الاضطرابات الانفعالية والسلوكية (إبراهيم، 2006: 265).

وسائل الإعلام والاتصال: تعرفها البريكي (2014، 12): بأنها أحدي العناصر الأساسية في المساهمة في تشكيل ملامح المجتمعات، وهي آلية من آليات التنشئة الاجتماعية من خلال الأدوار التي تمارسها في المجتمع.

وسائل الإعلام والتوعية المجتمعية: تعرفها حسين (2016، 183): بأنها الوسائل التي لها دور هام وفعال في نشر ثقافة ذوي الاحتياجات الخاصة وذلك من خلال عرض وتحليل قضاياهم في كافة المجالات التنموية مما يساعد على النهوض بهذه الشريحة وإتاحة الفرصة لمشاركتها في التنمية جنبا إلى جنب مع باقي الشرائح المجتمعية الأخرى.

الإشباع: ونقصد به تحقيق الجمهور لأهدافهم والحصول على رغباتهم المسطرة مسبقا من استخدام وسائل الإعلام، وتخفيف التوتر الناتج من الحاجة (نور الدين ،2016: 199).

أولا–الإطار النظري:

يُعرف الإعلام : بأنه جهاز لنشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين المواطنين داخل الدولة وخارجها ومن أهم مسؤولياته نشر الثقافة بين أفراد الشعب وتنمية وعيه السياسي والاجتماعي عن طريق أجهزته المختلفة، (أبو القاسم ، 2015) ، يستخدم الناس وسائل الإعلام بهدف إمدادهم بخبرات متنوعة ومن تم فإن أهم دافع وراء استخدام وسائل الإعلام يتمثل **بالتعويض COMPENSATION**، وجميع الأفراد يحققون توازنهم الاجتماعي والسيكولوجي بالتعويض، والكثير من الأنشطة تقوم على ذلك مثل الرحلات والهوايات الخ ،.وكلما توافرت وسائل الإعلام كلما زادت إمكانية استخدامها للتعويض لتحقيق التوازن في حياة الناس (أبو أصبع، 2004) وقد أكدت نتائج العديد من الدراسات إن السياسات الإعلامية قد تكون في كثير من الأحيان قاصرة في تناول القضايا الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة منها عدم جواز إن تكون العاهات الجسمية أو العقلية موضع سخرية على أي نحو من البرامج أن يخصص في الإعلام عامة ما يسمى بالإعلام الخاص الذي يعني بالأشخاص ذوي الإعاقة، ويرصد مشاكلهم ويحللها.

تداول المصطلح في الإعلام:

لقد أطلقت العديد من التسميات من قبل عامة الناس التي كانت محل خلاف للعديد من التربويين وعلماء النفس وذلك حسب نوع وشكل الإعاقة وكيفية تصنيفها كان من الهام إن يتم لفت الانتباه لتعدد المصطلحات لكونها ذات آثر هام على التعريف بهذه الفئة والتي عرفت مسبقا" **بالمقعدين** " cripples ، ثم أطلق عليهم **مسمي ذوو العاهات** Deformers ، لأن كلمة الإقعاد توحي بالاقتصار على مبتوري الأطراف والمصابين بالشلل إما العاهة فهي تعني الإصابات المستديمة والعيوب الشكلية ، ثم تحول المصطلح إلى **العاجزين** Handicapped على أساس إن العجز نسبي وليس كامل لجميع صفات الفرد، وتغير المصطلح إلى "**المعوقين ؛ المعاقين**" حيث تعني في اللغة تعويق الآخرين وشغلهم ، تم الثانية فأنهم ليسوا مسئولين عن أسباب إعاقتهم ، بعدها تم تداول مصطلح **الفئات الخاصة** Special Groups وأخيرا استقر مصطلح **ذوي الحاجات** " **الاحتياجات" الخاصة** people with special needs دون الإشارة إلى كلمة الإعاقة ولان مصطلح ذوي الاحتياجات الخاصة طويل ويصعب

تداوله في الوسائل الإعلامية فأننا في الغالب نقترح تسميتهم ب (**الخواص**) حيث لا يحمل هذا المسمى أي دلالات سلبية نفسية كما انه بسيط وواضح ويمكن تقبله بسهولة (صالح ، 2008) .

لمحة عن علاقة وسائل الإعلام بذوي الاحتياجات الخاصة:

إن المتفحص لواقع الإعلام اليوم فسيلاحظ انه ليس على المستوى الذي يمكِّنه من القيام بدوره في تنمية الاتجاه الإيجابي العام لإعداد وتأهيل ذوي الفئات الخاصة ، وقد أشار فيري Alexander Pire أمين عام اتحاد جنوب أفريقيا للمعاقين إلى أن الجمعيات المعنية بالمعاقين في أفريقيا تواجه صعوبات كبيرة في التأثير على وسائل الإعلام لتطوير أدائها في التعامل مع قضايا الإعاقة في ظل التغطية الإعلامية التي تتسم بالسلبية عن المعاقين (عبد الحميد ، 2000)، وفقاً للتقرير الدولي الوحيد الذي أصدرته منظمة الصحة العالمية بالتعاون مع البنك الدولي عام 2011، يقدر عدد ذوي الاحتياجات الخاصة في العالم بأكثر من مليار شخص، أي نحو 15 في المائة من سكان العالم، حسب تقديرات عدد سكان العالم حتى عام 2010، وذكر التقرير أنه طبقاً للمسح الصحي العالمي، فإن نحو 785 مليون شخص، أي نحو 15.6 في المائة ممن تبلغ أعمارهم 15 سنة أو أكثر، يعيشون مع شكل من أشكال الإعاقة، يتركز 80 في المائة منهم بالدول النامية وتضمن العدد تقريراً لتوضيح أعداد ذوي الاحتياجات الخاصة في الدول العربية طبقاً للإحصائيات الرسمية، ففي مصر وصل العدد إلى أكثر من 10 ملايين شخص، وفي اليمن ثلاثة ملايين و700 ألف، والكويت 44 ألفاً، وسوريا مليونين و800 ألف، والأردن 860 ألفاً، والسعودية نحو 632 ألفاً، والسودان 146 ألفاً، والجزائر 4 ملايين، والمغرب مليونين و264 ألفاً، والبحرين 8180، والإمارات نحو 18 ألفاً، وتونس 241 ألفاً، وفلسطين 113 ألفاً، والعراق مليون و500 ألف، ولبنان نحو 90 ألفاً، وموريتانيا 27 ألف شخص، بينما بلغ العدد في ليبيا نحو 91 ألف شخص من ذوي الاحتياجات الخاصة (حسنة ، 2012).

ذوي الاحتياجات الخاصة والوسائل الإعلامية:

لقد أحدثت وسائل الإعلام ثورة جذرية في حياة ذوي الاحتياجات الخاصة عموماً، ، بحيث حررتهم من العديد من العراقيل وسمحت لهم باندماج أفضل، وهي أكثر بكثير من مجرد عائلة وأصدقاء للمعوقين، أو دردشة، بل هي مشاركة العالم ومحاولة لتعزيز حرية التعبير عن النفس وتشجيع المهمشين خاصة كي يعبروا عن أفكارهم وأن يستخدموا الإعلام كوسيلة وأداة لإيصال رسائلهم وآرائهم إلى أكبر شريحة ممكنة من الناس، بالإضافة إلى زيادة معارفهم ومفاهيمهم، والاستفادة من التقنيات الجديدة والإبداعية التي تتضمن اختيارات واسعة وشاملة لكل ما يحتاجونه من معلومات، أو

تواصل دون الاستعانة بأفراد معينين، أو متفرغين لمساعدتهم، وهذا يعني زيادة في استقلاليتهم دون حواجز الإعاقة والحركة والانتقال (النجار ، 2016) ،من هنا برزت الحاجة لتوطين مفهوم جديد للإعلام المتخصص عُرف "بالإعلام الاجتماعي " الذي يعنى أساساً بدور وقدرة وسائل الإعلام في آن واحد على تشكيل رؤية الفرد تجاه المجتمع وقضاياه، وذلك نظراً لما تشكله وسائل الإعلام من مصدر رئيسي يستقي منه أفراد المجتمع معلوماتهم عن مختلف القضايا، وكونها تشارك الأسرة والمؤسسات التعليمية التربوية، ومؤسسات المجتمع المدني عملية التنشئة والتفاعل الاجتماعي وفي تشكيل الرأي العام والذي سيتم تناوله ولأول مرة من خلال الدراسة الحالية وذلك على حد علم الباحثات.

ثانيا–الدراسات السابقة:

بحثت العديد من الدراسات السابقة في الاحتياجات النفسية المتدخلة في استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، في نفس الوقت دراسات أخرى بحثت في الظروف والاحتياجات الاجتماعية للأفراد كمتغيرات تتدخل في اختيار المواد الوسائل الإعلامية، مما دفع البعض يطرح فكرة الاستخدام التعويضي لوسائل الإعلام، أي أن هذه الأخيرة تلعب دور اجتماعي تكميلي من خلال تعليم الطبقات المحرومة غير قادرة على الالتحاق بالمدارس، والمشاركة بنشاط التنشئة الاجتماعية للمستخدمين، وتوصلت الأبحاث إلى أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لتلبية عدد من الحاجيات النفسية ،كما يمكن أن يقوم الأفراد باستخدام نفس الرسالة الإعلامية لأغراض مختلفة باختلاف ومن أهم الدراسات السابقة ما يلي

دراسة الخميس ، صلوي (2007) بعنوان : احتياجات المعاقين الإعلامية ومدى إشباع وسائل الإعلام لها، دراسة ميدانية على عينة من المعاقين في المملكة العربية السعودية ، والتي هدفت إلى تقديم رؤية واضحة وآليات عملية مقننة تمكن القائمين على الوسائل الإعلامية من إعداد مواد إعلامية تلبي حاجات المعاقين وتشبع تطلعاهم مع الكشف عن الصعوبات التي تواجه المعاقين أثناء التعرض للوسائل والرسائل الإعلامية التقليدية والمعاصرة، وقد قام الباحثان بتطبيق أداة الدراسة " الاستبانة " على عينة مكونة من100شخص تم سحبها بالطريقة العشوائية المنتظمة، وقد تم توزيع مفردات العينة بالتساوي حسب نوع الإعاقة، حيث خصص 50%،من حجم العينة لفئة المكفوفين و50% ،من حجم العينة للصم البكم ،وتم استبعاد فئة المعاقين فكريا نظرا لكونها قد يقل تعرضها لوسائل الإعلام واحتياجاها له، هذا وقد أظهرت الدراسة العديد من النتائج منها : بأن دوافع تعرض عينة الدراسة لوسائل الإعلام لا تختلف عن دوافع عن الأسوياء أما فيما يتعلق بطبيعة استخدامهم لوسائل الإعلام فقد أظهرت النتائج أن المبحوثين يتعرضون للتلفزيون أكثر من بقية وسائل الإعلام الأخرى وأنهم يتعرضون للقنوات التلفزيونية الفضائية

العربية أكثر من القنوات المحلية أو المتخصصة، مع ملاحظة تأخر المواضيع المتعلقة بالإعاقة في وسائل الإعلام، والتي تستهدف بشكل عام التوعية بالإعاقة وأسبابها ومن النادر أن تجد موضوعا في وسائل الإعلام يستهدف احتياجات المعاق بشكل مباشر وخاص ، وفي الختام أوصت الدراسة بأهمية وضع احتياجات المعاقين الإعلامية في أولوية السياسات والخطط والبرامج التي تتبناها وسائل الإعلام المطبوعة والإلكترونية بحيث يخصص لهم مساحات وبرامج تلبي احتياجاتهم وتشبع تطلعاتهم.

- **دراسة القرني** (**2007**) بعنوان : ''اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة :دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودية ''حيث تناقش الدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام وموضوعات وقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة، أو بمعنى آخر تسعى الدراسة لتقصي اتجاهات الأسرة الإعلامية في المملكة العربية السعودية نحو الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، للتعرف على علاقة هده الاتجاهات بالصورة التي ترسمها وسائل الإعلام عن هذه الفئة اعتمد الباحث من خلال دراسته على المنهج المسحي على عينة بلغت 141 مفردة من الأسرة الإعلامية بما فيه الإعلام المقروء والمسموع والمرئي بالمملكة السعودية وتوصلت الدراسة إلى أن اهتمام وسائل الإعلام بالمملكة السعودية في مجمله محدود ، ويأتي التلفزيون في مقدمة الوسائل التي تهتم و تعطي اهتماما بهده الفئة ،تليها الصحافة ثم الانترنت ، وتقدمت الإعاقة الحركية (الجسدية) على باقي الإعاقات ،وتقدمت موضوعات الوقاية من الإعاقة على باقي الموضوعات الأخرى في اهتمامات وسائل الإعلام السعودية .

دراسة الصادق (**2014**) بعنوان :رؤية أصحاب الاحتياجات الخاصة لدور الصحافة وتأثيراتها عليهم في ظل نظرية المسئولية الاجتماعية ،كما يهتم تهدف إلى رصد الاحتياجات الحقيقية التي ينشدها أصحاب هذه الفئة من وراء علاقتهم بالصحف والتعرف على طبيعة هذه العلاقة وكذلك اتجاهاتهم نحو أداء الصحافة لوظائفها داخل المجتمع ،اعتمد الباحث على أسلوب الاستقصاء المقنن حيث تم تصميم استمارة استقصاء ضمت 41 سؤالاً ، مع سحب عينة قصدية عشوائية من خلال الإفراد المشاركين في البطولة السادسة لمنتخبات المحافظات بجامعة حلوان، وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي مدى اعتقاد أصحاب الاحتياجات الخاصة بأن الصحافة تقدم صورة حقيقية عنهم حيث أن النسبة الأكبر من المبحوثين (55.4%) ترى أن الصحافة تقدم صورة حقيقية عن ذوي الاحتياجات الخاصة، وإن كانت هذه الصورة لدى نسبة كبيرة منهم (46.1%) تظهر أحيانًا وليس في جميع الأوقات والمعالجات، تختلف معدلات إقبال أصحاب الاحتياجات الخاصة على قراءة الصحف تبعًا لاختلاف المتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة .**دراسة أبو القاسم** (**2015**): بعنوان (ثقافة التربية الخاصة في وسائل الإعلام العام) بهدف قياس ثقافة الإعلاميين

عن التربية الخاصة وفئاتها وتناول موضوعاتها تفاعل الإعلام مع قضاياها تم إجراء هذه الدراسة بهدف قياس مدى وعي الإعلاميين بالتربية الخاصة على عينة ممثلة من الإعلاميين والفئات الخاصة في مدينة الرياض والتي أظهرت نتائج الدراسة الميدانية على عينة مكونة من (90) ،فرد من العاملين في مجال الإعلام ومن ذوي الفئات الخاصة ،وقد توصلت الدراسة إلى: أن التلفزيون هو الوسيلة الإعلامية التي تحتل المرتبة الأولى لدى الفئات الخاصة ،في القدرة على التأثير الايجابي لتغير اتجاهات المجتمع نحوهم بنسبة (90%) ، كما احتلت الصحافة المكتوبة والمقروءة المرتبة الثانية بنسبة (70%)، فيما احتلت الإذاعة المرتبة الثالثة بنسبة (67%) من المسؤولية الإعلامية، وقد أوصت الدراسة في الختام بأهمية إعداد برامج أكثر فاعلية، مع التأكيد على نشر ثقافة التربية الخاصة .

- **دراسة نور الدين** (**2015**) بعنوان : الاستخدامات و الإشباعات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة بالجزائر والتي هدفت لمحاولة إدراك الفروق الفردية والتباين الاجتماعي بين أفراد الجمهور ، وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام ، مع العمل على طرح منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام وبين الفئات الاجتماعية التي تحتاج إلى رعاية واهتمام ودفع قوي لتنميتها واستغلال قدراتها ،هذا وقد توصلت الدراسة إلى نتيجة هامة وهي ذلك أن تأثير وسائل الإعلام لا يمكن أن يكون قوي ومباشر لوجود عقبات ولوجود تداخل ، ولأن عملية التأثير تستغرق وقت ذلك أن تأثير وسائل الإعلام لا يمكن أن يكون قوي ومباشر لوجود عقبات ولوجود تداخل ، ولأن عملية التأثير تستغرق وقت طويل ، وقد أوصي الباحث في الختام للباحث في ميدان الإعلام والاتصال بإجراء دراسات من خلال الاحتياجات والدراسات النفسية ، القنوات ،الرسائل والمضامين الاتصالية .
- **دراسة ابو شنب وتربان** (**2018**) بعنوان :استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الإعلام والاتصال في فلسطين و الإشباعات المحققة لها حيث تهدف الدراسة إلى معرفة كيفية استخدام ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الإعلام والاتصال مع تحديد أنواع وأولويات ذلك الاستخدام والوقوف على الدور الذي تمارسه الأسرة أو المشرفون على ذوي الاحتياجات الخاصة في اختيار المضمون الذي يتعرضون له ،وللتحقق من ذلك سحب الباحثان عينة مكونة من 150 مبحوثين من ذوي الاحتياجات الخاصة الموجودين في قطاع غزة ، بأسلوب العينة المتاحة مع مراعاة التنوع في الإعاقة كانت نسبة الإعاقة الحركية اعلى نسبة حيث بلغت 60 % وقدر رصدت الدراسة عدد من النتائج أهمها إن الانترنت كان من أفضل وسائل الاتصال والإعلام من حيث الحصول على المعلومات وتحقيق الإشباعات يليها التلفزيون – المحلي والعربي – مع ملاحظة تراجع في الاهتمام لمتابعة الصحف والمجلات ويأتي الراديو في الترتيب الأخير في رغبة المبحوثين في متابعة الإخبار والتزود بالمعلومات ومعالجة القضايا المتعلقة بهم وفي ختام الدراسة تم اقتراح بزيادة الاهتمام

بإعداد وتقديم البرامج الخاصة بهذه الفئة تحديدا ويكون لهم دور في إعدادها وتنفيذها تعميق وتنويع الدراسات والبحوث التي تهتم للتعرف على قدراتهم ومواهبهم واهتماماتهم بغرض زيادة تقدير المجتمع .

- **التعليق على الدراسات السابقة:**

يجب التنويه بقلة الدراسات العلمية العربية و المحلية–تحديداً– في مجال الإعلام والإعاقة والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، وبخاصة الإعلام المتخصص الموجه لهذه الفئة في مجتمعنا العربي، حيث تعد من المجالات التي لم تحتل حتى الآن الحيِّز المطلوب في قائمة الاهتمامات البحثية العلمية العربية، بل هي من الندرة بمكان ما أثبتته بعض الدراسات الميدانية من وجود اتجاه إيجابي مجتمعياً نحو تقبل ذوي الاحتياجات الخاصة، باعتبارهم عنصراً لا يجب فصله عن قطاعات المجتمع، مما يسهل مهمة الإعلام في تفعيل المؤسسات العاملة في مجال خدمة ذوي الاحتياجات الخاصة ،لذلك نجد أن كل دراسة من الدراسات السابقة المتعلقة بوسائل الإعلام والاستخدامات والإشاعات قامت على سحب عينة من شريحة معنية للتساؤل حول دور وسائل الإعلام في كونها قادرة عن تحقيق ذلك الإشباع في الوقت الذي اهتمت الدراسة الحالية بمعرفة دور وسائل الإعلام في نشر ثقافة الوعي المجتمعي مع ارتباطه بمجموعة من المتغيرات التي تبحث في نمط استخدام المجتمع لوسائل الإعلام التقليدية و الإلكترونية في البحث عن الكيفية المناسبة للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة والإشاعات المحققة من هذه الوسائل. ولاعتبار إن هذه الدراسة أولية في مجال البحث العلمي فتم توظيف النتائج التي رصدتها الدراسات السابقة في الوصف التحليل التفسيري للنموذج المقترح .

ثالثا–الدراسة الوصفية التحليلية: التصور المقترح

الإعلام المتخصص " الاجتماعي " ودوره في تعديل الثقافة المجتمعية– نحو – ذوي الاحتياجات الخاصة:

من المهم لنا إن يتم تغيير نظرة المجتمع نحو ذوي الاحتياجات الخاصة، وتقديمهم كأفراد يتمتعون بكامل الحقوق التي يتمتع بها أقرانهم من إفراد المجتمع ، ويمكن للإعلام إن يقوم بهذا الدور حيث يستطيع المساهمة في الترويج لقضايا وحقوق ذوي الاحتياجات الخاصة وذلك

باستخدام وسائل متعددة يبرز في مقدمتها تقديم المعلومات الصحيحة عن هذه الفئة والحديث عن النماذج الناجحة منهم من الجنسين، وتغطية الأنشطة والفعاليات المتعلقة بهم بطريقة تستخدم الأساليب والمهارات الإعلامية التي تلفت انتباه المتلقين إلى حقوق هذه الشريحة المهمشة، وعلى ذلك كان من الهام العمل على تقديم رؤية مستقبلية – لإعلام متخصص –قادر على التفاعل بإيجابية مع قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة.

وعليه سيتم الحديث اولا عن ماهية الإعلام المتخصص " الاجتماعي " قبل تقديم التصور المقترح لكيفية تفعيله والإفادة منه في خدمة الاهداف الموضوعة للدراسة:

1/–ماهية الإعلام المتخصص "الاجتماعي:

- **الإعلام الاجتماعي** : هو مصطلح مؤلف من كلمتين هما: الإعلام وهو أداة للاتصال والنشر مثل الجرائد والراديو والتلفاز، أما الكلمة الثانية الاجتماعي فهي توصيف للإعلام (الحاج ، 2014)، فالإعلام الاجتماعي إذن لا يعوض الأشخاص ذوي الإعاقة معنوياً ولا يساهم في حل مشاكلهم لأن الخطاب الإعلامي ما زال متأخراً وتقليدياً ومقتنعاً بأن التغطية الخبرية للأنشطة الاجتماعية التي ترعاها المؤسسات الحكومية والجمعيات كافية في أداء دوره، ولا يحاول هذا الإعلام أن يخلق ثقافة إعلامية جديدة، بحيث يكون قادرا على أحداث التغيير والنهوض اقتصاديا واجتماعياً وثقافيا بالإفراد ذوي الاحتياجات الخاصة، ومن الممكن بل تنتج بعض وسائل الإعلام برامج تلفزيونية تستضيفهم فيها حيث غالبا ما تفتح باب الاتصالات الهاتفية للجمهور لكي يقدموا المساعدات المادية لهذا الشخص، فيستعملونه كنموذج للشفقة والفقر والعوز (الخميس ؛ صولي ،2007 : 7) .
- ومن بين الحاجات التي تقوم وسائل الإعلام بإشباعها هي تقديم المعلومات التي تمكن الأفراد من السيطرة على البيئة المحيطة بهم، وإشباع حاجاتهم المعرفية، كما تقوم وسائل الإعلام بتقديم وسائل الهروب من القيود والروتين المفروضة وإذا تم تفعيل الإعلام الاجتماعي كما ينبغي فلابد له إن يسمح بالتعامل مع المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام لكل فرد من ذوي الاحتياجات الخاصة فيسمح مجتمع المعلومات باندماجهم ويمكنهم من العمل والتواصل والتعليم بسهولة ويسر
- تفعيلاً للأداء التنموي الإعلامي، الفضائي خصوصاً، في زيادة وعي المجتمع وأفراده بوجود ذوي الاحتياجات الخاصة واحتياجاتهم وإمكاناتهم، وما هو مأمول من المؤسسات والجمعيات والأفراد المنخرطين في العمل الخيري، يأتي هذا القسم من الكتاب، الذي يعرض لدور القنوات الفضائية العربية في تنمية العمل الخيري لذوي الاحتياجات الخاصة (عبيد ، د. ت)

2/–وظائف الإعلام المتخصص "الاجتماعي:

2-1-التوعية المجتمعية:

يراهن كثير من المهتمين بقضايا الإعاقة وذوي الاحتياجات الخاصة على دور التوعية، سواء فيما يتعلق بالحد من الإعاقة، أو توعية المجتمع تجاه ذوي الاحتياجات الخاصة.

2-1-1-توعية المجتمع تجاه ذوي الاحتياجات الخاصة:

وتركز التوعية هنا – كما سبقت الإشارة على:

- زيادة وعي المجتمع وأفراده بوجود ذوي الاحتياجات الخاصة، واحتياجاتهم وإمكاناتهم.
- التعريف بالإعاقة وأنواعها وأسبابها، وكيفية اكتشافها والوقاية منها.
- تعزيز مكان ذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع والتعريف بحقوقهم واحتياجاتهم، وقدراتهم، وإسهاماتهم وبالخدمات المتاحة لهم.
- إزالة التفرقة والتحيز الاجتماعي ضد ذوي الاحتياجات الخاصة بالعمل على تغيير مواقف الناس إزاء الإعاقة، وهي مواقف يرجع غالبها إلى الجهل وسوء الفهم (حسنة 2012).

ويري (برق ، 2007) بأن التوعية لها دور مهم على صعيد المجتمع المحلي وذلك من عدة نواحي منها:

- التأثير النفسي الايجابي في تغير نظرة الناس السلبية إلى نظرة ايجابية.
- طرح مشاريع عمل فردية للأسر من ذوي الاحتياجات الخاصة بشكل قد يقلل من الضغوط الاقتصادية (برق ، 2007 ، 33).

2-1-2-يتطلب النجاح في الإعلام الاجتماعي كلا من:

- التفاعل مع البرامج والصفحات والأبواب التي تحظى بجماهيرية جيدة لاستثمار ما يتم طرحه فيها للتعريف وخدمة فئات ذوي الاحتياجات الخاصة.
  إصدار النشرات والمطبوعات التي تعنى بقضية الإعاقة.
- إعداد الكوادر الإعلامية في مجال رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة بالتعاون مع اليونيسيف والهيئات الدولية وتقديم برامج خاصة في وسائل الإعلام المختلفة، والتعاون مع المنظمات و الهيئات والجمعيات التي ترعي شؤونهم وتعمل على تنفيذ ميثاق الشرف الإذاعي العربي الصادر عن اتحاد الإذاعات العربية عام

1970، وفي الجزء الثالث والخاص بأخلاقيات الممارسة الإعلامية مراعاة القيم الأخلاقية في البند 26والذي ينص على تجنب إذاعة ما يؤذي شعور ذوي الاحتياجات الخاصة.

- العمل على ابتكار برامج لتحفيز الداعمين (ماليا/ومعنوياً) من خلال النشر الإعلامي وبرامج العلاقات العامة.

2-1-3-أشكال الإعلام المتخصص " الاجتماعي " الملائمة لتحقيق الوعي المجتمعي:

تنفيذ الأنشطة ذات الطابع الإعلامي والتي يمكن أن تساهم في التعريف بدور تلك الجهات أو إثارة قضايا ترتبط بهذه الفئة (المقوشي، 2012) فالآتي:

1- التخطيط السليم للأداء الإعلامي، بما يتعلق بما يمكن تقديمه عبر وسائل الإعلام الجماهيرية من مواد إعلامية مختلفة تعرف بتلك الأنشطة وتعمل على تحقيق أهداف الاستراتيجيات المرسومة.

2- تأكيد أهمية إعداد وتنفيذ حملات إعلامية/ إعلانية منتظمة تسعى لتأكيد صورة ذوي الاحتياجات الخاصة الإيجابية، وتساهم في دمجه في المجتمع وتمكينه من الحصول على حقوقه الشرعية.

3- دراسة الخرائط البرنامجية والأبواب الصحفية التي تزخر بها الوسائل الإعلامية من أجل البحث في مدى إمكانية الاستفادة منها.

4- تأهيل العاملين في قطاعات الإعلام بالجهات المرتبطة بالإعاقة، والعمل على الاختيار السليم للعاملين فيها، ذلك أنّ المهارة الإعلامية وروح المبادرة وحب طبيعة العمل، الذي تقوم بها تلك الجهات تعد أحد أهم عوامل النجاح للعاملين في القطاع الإعلامي بتلك الجهات.

5- دراسة البرامج والمواد الإعلامية التي يتم إنتاجها من خلال جهات الإعاقة، وبثها في وسائل الإعلام بحيث تكون بمستوى يعبر عن طبيعة عمل تلك الجهات ويساهم في خدمة تلك الفئة.

6- الانفتاح على الوسائل الإعلامية والتفاعل معها وبناء قواعد بيانات جيدة للعاملين في القطاع الإعلامي.

7- تشكيل لجان إعلامية من الممارسين للعملية الإعلامية تساهم في خدمة قضية الإعاقة وهموم ذوي الاحتياجات الخاصة من خلال تعرفها الكامل عليهم وتفاعلها بعد ذلك معهم.

8- التواصل مع الكتاب وصانعي القرار في المؤسسات الإعلامية لتطوير تفاعلها وتواصلها مع هذه القضية، وتقديم خدمة أفضل لفئات ذوي الاحتياجات الخاصة.

2-1-4-مبررات الحاجة لتفعيل دور الإعلام المتخصص " الاجتماعي: "

- القصور في التوعية بأهمية ودور ذوي الاحتياجات الخاصة، فيعمل الإعلام الاجتماعي على تشجيع تصميم وتطوير وإنتاج وتوزيع تكنولوجيات ونظم معلومات واتصالات يمكن للأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة الوصول إليها، في مرحلة مبكرة، كي تكون هذه التكنولوجيات والنظم في المتناول بأقل تكلفة (الحاج ، 2014).

3-فرضية الرؤية المقترحة:

انطلقت فكرة التصور المقترح من ملاحظة الباحثات القصور في قدرة وسائل الإعلام المحلية في التوعية بقضايا ذوى الاحتياجات الخاصة وفي مقدمتها تقبل إفراد المجتمع لهم والتعامل مع احتياجاتهم بفهم ووعي كامل، فيعمل الإعلام " المتخصص "الاجتماعي باستخدام الوسائل الإعلامية التقليدية ووسائل النشر الالكتروني التفاعلي في إتاحة المعلومات العلمية التربوية وكل المعلومات الأخرى التي نحتاج إليها في تفهم وتقبل والعمل على دمج وتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة ، مع توفيرها عبر شبكات و مراكز الأرشفة والمتاحف والمكتبات الرقمية والنصية.

4-أهداف التصور المقترح:

لتمكين الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة من المشاركة بشكل كامل في جميع جوانب الحياة، فلابد من اتخاذ التدابير المناسبة التي تكفل إمكانية وصولهم لمستوي المساواة مع غيرهم، مع تنظيم البيئة المادية المحيطة بهم ووسائل النقل والمعلومات والاتصالات، بما في ذلك وسائل الإعلام ونظم المعلومات والاتصال.

-يمكن استثمار طاقات الأشخاص من ذوي الاحتياجات وذلك من خلال وضع استراتيجية واضحة وواقعية للاستفادة من بعض المزايا التي يمتلكها بعضهم – الموهوبون والمبدعون والمتفوقين وأصحاب الذكاءان المتعددة –حيث شهدنا الكثير من ذوي الاحتياجات الخاصة يمتلكون قدرا مفرطا من الذكاء، ومن أهم المقومات اللازمة لوضع هذه الاستراتيجية هو الرصد العميق والمستمر لقدراتهم وتأهيلهم، أو إعادة تأهيلهم بما يتناسب مع صناعة المحتوى الإعلامي المتخصص.

-تشجيع إمكانية وصول أفراد المجتمع إلى معلومات كافية وواضحة وصحيحة لكيفية التعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة حيث تتولي وسائل الإعلام ونظم المعلومات والاتصال الجديدة، بما فيها شبكة الإنترنت القيام بذلك.

- تشجيع تصميم وتطوير وإنتاج الرسائل الإعلامية التي يمكن للأشخاص المشرفين على ذوي الاحتياجات الخاصة -الوصول إليها، في مرحلة مبكرة من التشخيص، كي تكون هذه التكنولوجيات والنظم في المتناول بأقل تكلفة (الحاج ،2014).

-تنمية العمل يتطلب وضع استراتيجية إعلامية واضحة ومحددة، تدعو إلى توفير رعاية كاملة من كافة مؤسسات المجتمع، في ظل ما يمكن توفيره من قدرات في إطار التنوع الإعلامي الذي نشهده إلىوم.

ويكتسب التصور المقترح أهميته استنادًا إلى نتائج بعض الدراسات السابقة التي أشارت إلى الآتي:

-أهمية إشباع الاحتياجات الاجتماعية لذوي الاحتياجات الخاصة ومنها توثيق صلاتهم بالمجتمع.

- الصورة الإعلامية الايجابية لذوي الاحتياجات الخاصة كما يراها الإعلاميون واتجاهاتهم الايجابية نحو هذه الفئة.

-جذب اهتمام المسئولين وذوي العلاقة وصناع القرار إلى واجبهم نحو رعاية اذوي الاحتياجات الخاصة والاهتمام بهم من خلال برامج متخصصة معدة لذلك.

-تفعيل وسائل الإعلام الالكترونية في تقديم المبادرات المحلية والإقليمية مع ملاحظة غياب ثقافة المشاركة في مختلف مؤسسات المجتمع بدءا من الأسرة والمدرسة ومراكز الرعاية والتأهيل.

-الحاجة لقيام وسائل الإعلام بحث الشباب على التطوع والمشاركة خلاصة مع ملاحظة القصور في المشاركة المحلية للنهوض بالثقافة المجتمعية.

-إنشاء مراكز إعلامية متخصصة في معالجة وتناول قضايا ذوي الاحتياجات والتأهل المهني لإكساب ذوي الاحتياجات الخاصة المهارات التي تمكنهم من العمل في مجال الإعلام بمختلف أنواعه لمساعدتهم في تقديم صورة ايجابية عنهم.

-تحديد الحاجات التي تدفع إفراد المجتمع لمتابعة المضامين الإعلامية التربوية، مع ترتيبها وفق الاهتمام بالتوعية نحو فئات ذوي الاحتياجات الخاصة في مقابل المجالات الأخرى الترفيهية، الثقافية، الإخبارية، الخ .... ،

-طرح المشكلات النفسية والاجتماعية الناتجة عن محاولات التكيف، والاندماج مع الإقران العاديين, وما ينتج عنها من رد فعل يظهر مشاعر الرفض, والضعف, في شكل قالب درامي يصل للجهور بشكل أفضل وأسرع .

-توعية كافة إفراد المجتمع عامة , والأسرة بشكل خاص ، ومحاولة جعلهما طرف في فعال ومشارك ، حيث تلعب مشاركتهم دورا هاما في الصورة الذهنية المجتمعية في نفسية الطفل المعوق, وفي نمو شخصيته أيضا (محمد ؛عاقل ، 2018 :386).

5- ويمكن تحقيق ذلك من خلال التالي :

معرفة التأثير الآني الحالي لوسائل الإعلام الاجتماعي: وتقترح الباحثتين دراسة الاستخدام الوظيفي والمباشر لوسائل الأعلام على الفرد والمجتمع، ويحدث ذلك عندما تكون الرسالة الإعلامية جديدة وتحوي كمًّا كبيرًا من الإثارة والتشويق وعليه يمكن توظيف مواضيع هامة وحديثة تختص بهذه الفئة ليتم معالجتها بشكل مباشر.

معرفة التأثير التراكمي لوسائل الإعلام الاجتماعي: وهو الأشهر والأعم وذو الأثر البعيد، حيث يعتمد على تأثير وسائل الأعلام بشكل دائم ومتزامن ومستمر لرسائل متقاربة في فكرتها وموضوعها وبشكل متدرج، بهدف نشر الثقافة التربوية المرغوبة، وتعديل التوجه المجتمعي ويتميز بكونه يقدم- الرسالة – والذي تري الباحثتين انه من خلال تناول موضوعات ذوي الاحتياجات الخاصة بشكل دائم ومستمر و بأكثر من طريقة وبأكثر من صورة ،حتميا سيكون لها التأثير المطلوب.

6-متطلبات التطبيق:

-**نوعية الوسيلة** وقوتها ومدى الوصول إليها: وأكثرها تأثيرًا في المجتمع الوسائل البصرية ومنها (التلفاز – السينما – الفيديو)، وهي تمثل أعلى ثقل في قدرتها على تحديد الصورة الذهنية لذوي الاحتياجات الخاصة لدي جمهور المتلقين من إفراد المجتمع الذين يتراوح عددهم من (60-70%).

-**القناة الإعلامية وخلفيتها الثقافية واهتمامها ومجال عملها** "اجتماعي، ثقافي، ترويحي، ترفيهي، سياسي، اقتصادي.

-نوعية **الرسالة المقدمة وطرق تنفيذها وصياغتها وتقديمها** يؤثر في شعبية الريالة ومدي ملامتها لاحتياجات هذه الفئة بالذات.

-**الوقت الذي تخصصه الوسيلة الإعلامية** في تناول قضايا ومواضيع هذه الشريحة بالذات ومقارنته مع الوسائل الإعلامية الأخرى

نجاح التصور يتطلب التعاون بين كلا من

-المؤسسات والجهات العاملة في مجال الإعاقة وذوي الاحتياجات الخاصة.

– المؤسسات الإعلامية (ونقصرها في بحثنا على التلفزيون والقنوات الفضائية تحديداً).

– المؤسسات والجهات العاملة في مجال ذوي الاحتياجات الخاصة

المجالات التي يمكن إن يغطيها: –الانخراط في التوجه العالمي لخدمة قضايا الإعاقة، ودمج ذوي الاحتياجات الخاصة في مسار التنمية الإنسانية الشاملة، باعتبارهم جزءاً أساساً من المجتمع، كامل الحقوق والمساواة مع غيرهم.

مجال الإذاعة المرئية وذلك من خلال برامج مرئية تعكس المستويات الثقافية المختلفة فتنسجم القضايا المتعلقة بالإعاقة وذوي الاحتياجات الخاصة والرسائل التربوية والتوعية المقدمة من خلالها مع طبيعتها وهويتها الإعلامية.

المعوقات التي يمكن إن تعترض التصور المقترح:

- ونظراً لكون موضوع الإعاقة والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لم ترق إلى مستوى الاهتمام المطلوب من القطاع الإعلامي العربي عموماً؛ مع ووجود أولويات إعلامية لدى الهيئات المالكة، والمخطط الإعلامي.
- من الطبيعي أن تتفاوت مستويات التجاوب مع فكرة العمل الإعلام الاجتماعي من المؤسسات والهيئات الإعلامية ومع بذل الجهود المكثفة في مجال الإعاقة وذوي الاحتياجات الخاصة وأولياء الأمور يمكن تذليل الصعوبات في سبيل تنفيذ هذه الاستراتيجية.
- فمن المتوقع استجابة من قبل القنوات ذات البعد والهوية والطبيعة الدينية الإسلامية تحديداً في تقديم شبكة من البرامج تلبي متطلبات ذوي الفئات الخاصة، التي يغطيها مفهوم الجمهور: أطفال، شباب، مراهقون، نساء ومن ثمّ. كذلك تستجيب، ولكن التخوف من ان الخدمة الإعلامية لا تزال غائبة إلى حد كبير عن هذه القنوات الليبية المحلية.

السبل المقترحة لتوظيف الإعلام المتخصص " الاجتماعي " في التوعية المجتمعية:

أولا–الإعلام المرئي:

يستطيع الإعلام المرئي أن يقدم خدمة التوعية والإرشاد والتوجيه لأكبر عدد ممكن من إفراد المجتمع وذلك من خلال ما يقدمه ويعرضه فمثلا الأفلام القصيرة والأعمال الدرامية المختلفة التي تحكي قصص واقعية لمعاناة الأسر مع أبنائهم من ذوي الاحتياجات الخاصة بشكل لا يقلل من مكانتهم في المجتمع ، التعرض لحقوقهم، حيث انه للإعمال الدرامية الرئيسة سيكون له اثر مشجع وفاعل، كما أن العمل على إنتاج الأفلام الوثائقية التي تبرز قدرات اذوي الاحتياجات الخاصة في المساهمة في نهضة وازدهار مجتمعاتهم سيجعل الإعلام أداة قوية لمناصرة تلك القضية.

ثانيا–الإعلام المسموع: يستطيع الإعلام المسموع القيام بهذه المهمة وذلك بأن يخصص مساحات واسعة في تقديم برامج يعدها ويقدمها أشخاص أصحاب خبرة في هذا المجال فتكون البرامج معدة للحديث عن ذوي الاحتياجات الخاصة والتعريف بهم، والعمل على التأثير في الرأي العام من اجل التوعية المجتمعية بحقوقهم وواجباتهم الجسدية والنفسية والعقلية، ورعايتهم وتوفير فرص التعليم والصحة والضمان الاجتماعي، حمايتهم من أشكال المعاملة التي تقلل من شأنهم والعمل من أجل إتاحة مساحة من الدعم الإيجابي الدائم لهم ولأسرهم.

ثالثا–الإعلام الإلكتروني: من الهام إن يتم الإفادة من المزايا التي توفرها وسائل الإعلام الالكترونية بحيث يجب أن تقدم مواقع متخصصة في تقديم المواد الإعلامية التي يشرف على اختيارها وتنفيذها متخصصون في هذا المجال كذلك تضمن الإفادة من نتائج البحوث التربوية والنفسية وتتضمن مواصفات ومعايير عالمية معتمدة تضمن الدقة والسلامة في تناول هذه المعلومات.

ومن أشكال العمل الإعلامي الاجتماعي التي يمكن من خلالها إيصال وتأدية رسالة لذوي الاحتياجات الخاصة ما يأتي:

البرامج الحوارية: وُتعد الكثير من البرامج الحوارية والحصص الصحية والتفاعلية والتواصلية مع الجمهور، مما تحرص القنوات الفضائية العمومية والخاصة والمتخصصة على إدراجه ضمن شبكتها البرمجية، إعلاماً صحياً لإيصال رسالة التوعية بالأسباب المؤدية للإعاقة، مع أهمية ربطها بشكل مباشر بالمؤسسات التي تعمل من أجل تأهيل هذه الفئة بالذات وإعدادها للانخراط في المجتمع حيث لا تعد تلك المهمة قاصرة على الأسرة فحسب ويتم التطرق لذلك الموضوع بشكل واضح ومناسب.

القنوات التعليمية:

كما تؤدي القنوات التعليمية وقنوات الأطفال أيضاً دوراً مهماً في الموضوع، مع ضرورة التكييف والربط بين ذلك التربية الخاصة والتعرف على مجالاتها وكيفية التكيف مع هؤلاء الإفراد كذلك طرح برامج ملائمة للأطفال منهم بحيث تعرض محتوي ملائما لهم.

الإعلان:

ويمكن أيضاً استثمار الإعلان بمختلف أنواعه وصور حضوره على القنوات الفضائية العربية في التوعية الصحية بدور وأهمية التربية الخاصة ومجالات عملها وأهمية عمل المؤسسات المعنية بذلك لتقديم يد العون والمساعدة في التوعية والإرشاد بشكل تطوعي وجماهيري.

الانترنت:

تلقى خدمة (إنترنت) إقبالا واسع النطاق من قبل الجمهور، (كأداة اتصالية) لإشباع هوايات الأفراد وتطلعاتهم العلمية والثقافية والمعرفية بصورة عامة، حيث توفر لهؤلاء آفاقا غير محدودة للتواصل وتبادل المعلومات والبيانات والأفكار باستخدام الشبكة الهاتفية العامة، فخدمة إنترنت من الممكن ان يستفيد منها العاملون في مجال ذوي الاحتياجات الخاصة عن طريق الحصول على البحوث والكتب والمعلومات المتعلقة بهذا المجال. كما يمكن ان يستفيد منها في خلق توعية جماهيرية عامة فمن خلالها يستطيع اسر هؤلاء الإفراد والمشرفين عليهم الاتصال مع الآخرين عبر العالم والتواصل معهم في وضع حلول للعديد من المشكلات التي تعترضهم.

خاتمة:

إن الحاجة لخلق رأي عام جماهيري واعي ومدرك بمجال عمل التربية الخاصة والحاجة إلى تفعيل دورها في المجتمع بشكل إيجابي وفعال يجعلنا نسعى نحو إيجاد إعلام متخصص في مجال ذوي الاحتياجات الخاصة ،وتدور الفكرة الرئيسة التي بنيت عليها الدراسة الحالية حول الحاجة إلى وجود وسائل وقنوات إعلامية بنوعيها التقليدية المرئية والمسموعة والإلكترونية القائمة على استخدام شبكة الانترنت والإفادة من المزايا التي تقدمها المواقع الالكترونية المتخصصة للتوعية بمجال ذوي الاحتياجات الخاصة ، خاصة مع ملاحظتنا لقلة أو لضعف البرامج والمواضيع التي تناولت التوعية المجتمعية التي تقدمها البرامج والمواد الإعلامية في مختلف مجالات الخدمات الموّجهة لذوي الاحتياجات الخاصة (المعاقين)، وفي ضوء الدراسة التحليلية المستندة على الدراسات السابقة ورؤية النموذج المقترح وفي تم تلخيص وتفسير بعض من النتائج أهمها الآتي :

- كشفت نتائج دراسة كلاً من (القرني ، 2007)، ودراسة (الصادق ، 2014)،ه عن طبيعة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ودرجة الإشباع لدى فئة ذوي الاحتياجات الخاصة، فكلما زادت درجة التعرض للتلفزيون زادت درجة الإشباع، والعكس صحيح، بينما انتفت العلاقة بين درجة التعرض للوسائل الأخرى ومنها الإنترنت لوسائل الإعلام المرئية "التلفزيون" تأثيرا كبيرا على إفراد المجتمع الدور المحوري لوسائل الإعلام الجماهيرية، بنسبة 88 %، حيث تقوم الصورة بدور كبير في الإدراك الحسي للمعلومات اللفظية التي تصاحبها ،وقد كشفت دراسة (ابو شنب ، تربان ، 2018)،عن طبيعة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ودرجة الإشباع لدى فئة ذوي الاحتياجات الخاصة، فكلما زادت درجة التعرض للتلفزيون زادت درجة الإشباع، والعكس صحيح، حيث أظهرت نتائجها إن الانترنت كان من أفضل وسائل الاتصال والإعلام من حيث الحصول على المعلومات وتحقيق الإشباعات يليها – التلفزيون — المحلي والعربي ليس الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة استثناء من جمهور المتلقين لهذه الوسيلة الإعلامية المهمة؛ فقد أظهرت دراسات أخري درجة إقبالهم الكبير على مشاهدته، مما يؤكد مقدرته على جذب الجمهور، لمزاياه واهتمام هذه الفئة به بما يتفق مع دراسة (حسنة ،2012) ، ويمكن لنا النجاح في تحقيق أهداف الدراسة الحالية وذلك من خلال توظيف التلفزيون في التوعية المجتمعية وذلك لأنه يعد من أهم الوسائل الفاعلة في المساعدة على تحقيق أهداف إنمائية لهذه الفئة .
- تري (حسين ، 2016) انه من المؤكد أن الإعلام في حاجة إلى مراجعة أولوياته والانتقال بالرسائل الإعلامية عن التطوع والمتطوعين ، حيث ينبغي لها أن تكون متلاحقة وسريعة وفعالة وأن تنقل الواقع ، وهناك الآلاف من النماذج الرائدة من ذوي الاحتياجات الخاصة التي تحتاج إلى أن تنتقل إليها بؤرة الاهتمام

أظهرت نتائج الدراسة السابقة تحقيق النسبة العالية لوسائل الإعلام الالكترونية للتأثير في الجمهور باعتباره إحدى الوسائل التي تخاطب الفرد داخل بيته خلال أوقات الفراغ والاسترخاء، وبهذا فإن الفرد غالباً ما يتقبل المعلومات والأفكار التي تعطى له وهو في مثل تلك الحالة أكثر مما هو في ساعات العمل والانشغال.

- أظهرت نتائج الدراسات السابقة إن من أهم الحاجات تؤدي الوسائل الإعلامية إلى إشباعها البرامج تؤدي إلى إشباعها، مساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة على التوافق نفسياً واجتماعياً وتعريف المجتمع بالنماذج المشرفة من ذوي الاحتياجات الخاصة لرفع الروح المعنوية وإعطاء الإرشادات لمواجهة احتياجاته الخاصة (حسنة ، 2012).
- اتفقت اغلب الدراسات السابقة على إن للإعلام المتخصص " دورا هاما في توجيه الوعي المجتمعي إزاء ظاهرة ما باتجاهات معينة، وتكوين وعي بها، ولذا تم طرح فكرة تكوين إعلام متخصص " اجتماعي " حيث يمكن ان يقدر نجاحه بقدرته على الإقناع بالفكرة، إيجابية كانت أم سلبية مع اعتبار الجمهور المخاطب بهذا الإعلام يشمل ذوي الاحتياجات الخاصة وغيرهم من الفئات الاجتماعية الأخرى.

التوصيات:

في الختام يمكن الوصول لعدد من التوصيات من أهمها:

- إن قضايا الأشخاص ذوي الإعاقة قضايا متعددة الإبعاد، لابد من مراعاتها واستثمار الإمكانيات التي تتيحها تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات عند دراسة قضاياهم، (الصحة، والتعليم، الإعلام، السياحة والرياضة... الخ
- ضرورة وضع خطة عمل طويلة الأجل للنهوض بالأشخاص ذوي الإعاقة تأخذ بعين الاعتبار الأبعاد السابقة وما جاء في الاتفاقيات والاستراتيجيات الدولية المختلفة ذات العلاقة بتلك الأبعاد (البعد الصحي والاجتماعي والثقافي والتأهيلي... الخ.
- يتوجب على وسائل الإعلام العربي عامة والليبي المحلي بشكل خاص التعرف على احتياجات ذوي الاحتياجات الخاصة ودوافع تعرضهم ودرجة تعرضهم لرسائلها حتى تستطيع أن تلبي احتياجاتهم وتشبع رغباتهم من خلال إشراكهم في الاستفادة من برامجها العامة أو تخصيص برامج خاصة لهم.

- إن تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات دورا كبيرا في عملية التوعية المجتمعية وتيسر البيئة المحلية لذوي الاحتياجات الخاصة، إذا ما أحسن استخدامها واستثمارها أفضل استثمار ممكن في هذا المجال، وعليه توص الدراسة بأهمية استخدامها بشكل قصدي تربوي علمي في خلق مجتمعاً متكافئ الفرص بين أفراده.

المقترحات:

في خلاصة الدراسة الوصفية التحليلية السابقة نوجز بعض المقترحات الهامة منها الآتي:

- إجراء المزيد من الدراسات للتعرف على دور وسائل الإعلام في تلبية احتياجات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة مما يندرج ضمن الدراسات التجريبية أو المسحية الشاملة.
- التوسع في إجراء الدراسات العلمية على أن تتوسع على مستوى البلاد العربية، للخروج بالبيانات والإحصاءات المفيدة.
- إجراء المزيد من البحوث التربوية التي ترتكز على توعية وتأهيل وإرشاد — ذوي الاحتياجات الخاصة – وأولياء أمورهم والجهات العاملة في مجال ذوي الاحتياجات الخاصة ذوي الاحتياجات الخاصة ، وخاصة الجهات الأهلية، والتطوعية، والأخصائيين والمرشدين النفسين.
- توجيه البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال إلى إنجاز بحوث إعلامية أكاديمية حول موضوع «الإعلام وقضايا الإعاقة والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة»، بحيث تبحث عن احتياجات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة من وسائل الإعلام؛ اتجاهات الجمهور نحو الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة؛ صورة الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة في وسائل الإعلام؛ دور وسائل الإعلام في التأهيل والدمج الاجتماعي؛ اتجاهات الإعلاميين نحو الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة؛ الأشخاص ذوو الاحتياجات الخاصة والإنترنت.

المراجع:

- إبراهيم، محمد معوض؛ الطنباوي ، فتن عبد الرحمن (2006) .الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل وذوي الاحتياجات الخاصة .القاهرة: دار الكتاب الحديث، ص265.
- أبو إصبع، صالح خليل (2004). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة .عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع . ص220 ،218.
- أبو شنب، حسين؛ تربان، ماجد سالم (2016).استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة في فلسطين لوسائل الإعلام والاتصال والإشباعات المحققة . رسالة ماجستير، قسم الإعلام والصحافة، جامعة الأقصى، فلسطين، ص24،11.
- اتحاد إذاعات الدول العربية، ميثاق الشرف الإذاعي لمعاهدة اتحاد الإذاعة التلفزيون. اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مصر
- أحمد، سليمان رجب سيد(2011). الإعلام الإلكتروني التطوعي ورعاية الفئات الخاصة نموذج الشفا للصحة النفسية والتربية الخاصة، دار الشفاء للصحة النفسية والتربية الخاصة.
- برق، عماد (2007). أهمية التأهيل في المجتمع المحلي لدمج المعاقين في المجتمع، رسالة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، جامعة دمشق.
- البريكي، فاطمة(2014).دور وسائل الإعلام في تشكيل المجتمع . مجلة البيان الإماراتية. معهد الإمام الشيرازي الدولي للدراسات. واشنطن. تمت المعاينة من موقع. .siironline: 24،10،2014
- الحاج ، سنا (2012) الإعلام الاجتماعي وذوو الإعاقة بين الحقوق والواقع . لبنان نموذجاً. ورقة عمل قدمت إلى ملتقى المنال (الإعاقة والإعلام الاجتماعي) الذي نظمه قسم الإعلام، الشارقة مايو / أيار 2012.
- حسنه، عمر عبيد (2012) .أصحاب الاحتياجات الخاصة رؤية تنموية » رؤية تنموية للعمل الإعلامي الخيري لذوي الاحتياجات الخاصة ، مجلة البحوث والدراسات العربية ، الجزائر.
- حسين، سعاد محمد(2016) .دور الصحافة المحلية في نشر ثقافة التطوع والمشاركة المجتمعية لقضايا المعاقين ذهنياً ، المؤتمر العربي الثاني "الإعاقة الذهنية بين التجنب والرعاية، محافظة بورسعيد ،مصر.

- الخميس، حمود بن احمد ؛صولي؛ عبد الحافظ بن عواجي (2007).احتياجات المعاقين الإعلامية ومدى إشباع وسائل الإعلام لها "دراسة ميدانية على عينة المعاقين في المملكة العربية السعودية ،ورقة عمل مقدمة في الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة "الإعلام والإعاقة علاقة تفاعلية ومسئولية متبادلة." الجمعية الخليجية للإعاقة بالتعاون مع المؤسسة الوطنية لخدمات المعاقين.مملكة البحرين .6، مارس ،8 مارس 2007
- السيد، على فهمي (2009). سيكولوجية ذوي الاحتياجات الخاصة: "رعاية المتخلفين عقليا وتأهيلهم، الإسكندرية: مؤسسة الشباب الجامعي، ص 68.
- صابر حمد جابر(د.ت). الإعلام ودوره في نشر الوعي بقضايا حقوق الإنسان لدى متحدي الإعاقة. جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر.
- الصادق، سحر فاروق (2014). رؤية أصحاب الاحتياجات الخاصة لدور الصحافة وتأثيراتها عليهم في ظل نظرية المسئولية الاجتماعية، مجلة البحوث الإعلامية، المملكة العربية السعودية.
- صالح، قاسم حسين (2008) .دور وسائل الإعلام في إشاعة ثقافة تأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة، الحوار المتمدن ، العراق : مجلة الصحافة والإعلام ، ع 23 ،ص48 ، 20 .
- صالحة، سرور محمد (2007) .المشكلات السلوكية والانفعالية للأفراد المعاقين بصريا وعلاقتها بمتغيرات سبب الإعاقة البصرية ومستواها، والعمر والجنس، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التربية: جامعة دمشق، ص4،5.
- القرني، على بن شويل (د.ت). اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة، دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودية: بحث مقدم للملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة عن ‘‘الإعلام والإعاقة ‘‘، المكتبة الإلكترونية، مملكة البحرين.
- كرم الدين، ليلى .(2002) الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة الأصناف والاتجاهات الحديثة لرعايتهم .مجلة الإذاعات العربية . ع 3، ص22.
- محمد ، عبد الحميد (2000) . البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب، ص32.
- محمد، أسامة؛ مجد، عاقل (2018) . دور الأسرة الاجتماعي في تأويل سلوك الفرد المعاق. مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية سلسة الآداب والعلوم الإنسانية، مج40 ، ع386،387،4.

- المقوشي، عبدالعزيز(2016).قضايا الإعاقة في الصحافة السعودية، الرياض: مركز الأمير سلمان لأبحاث الإعاقة.
- النجار، علياء(2014). دور الإعلام في التعامل مع قضايا الاحتياجات الخاصة ، مجلة الصحة النفسية للناس ، مركز الإعلام والخدمات الالكترونية ، ع1416، مصر.
- نور الدين، بن سولة (2015). الاستخدامات والإشاعات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية ،ع 3، ص 161، 168.
- وطفة ،على اسعد (د.ت). دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية .جامعة الكويت. ص80.

المراجع الأجنبية :

-Levine, S., (2004) *Reporting on disability*, http://www.media-alliancce.org/article.php.,

-Haller, B.,(1997). *Images of disability in news media* Paper presented at the national communication Association annual meeting, November, Chicago Illinois.

دور وسائل الإعلام في الوقاية من تعاطي المخدرات

The role of the mass media in drug abuse prevention

د. منير طبي*

الملخص:

تعاني الكثير من المجتمعات من الكثير من الآفات الاجتماعية، ومن بين أهم تلك الآفات تعاطي المخدرات، والتي تعتبر من بين الأخطر على صحة الفرد وتماسك الأسرة، وتقوم العديد من مؤسسات التنشئة الاجتماعية بمحاربة هذه الآفة، ومن بين هذه المؤسسات نجد المؤسسات الإعلامية، حيث أن لوسائل الإعلام دور في محاربة هذه الآفة، لكن ما طبيعة هذا الدور؟ وكيف يكون ذلك؟

الكلمات المفتاحية: الآثار، الأسرة، الدور، المخدرات، الوقاية، وسائل الإعلام.

Abstract

Many societies suffer from many social scourges. Among the most important of these are drug abuse, which is considered one of the most dangerous to the health of the individual and the cohesion of the family. Many institutions of socialization fight this scourge; among these institutions are media institutions. Media plays a role in fighting this scourge, but what is the nature of this role? And how is that?

Key Words: Effects, Family, Role, Drugs, Prevention, Media.

مقدمة:

كما هو معروف فإن آفة المخدرات تعتبر من أخطر الآفات التي تصيب المجتمعات، والتي تؤثر سلبا في الفرد والمجتمع على حد سواء، وكان لابد من مواجهة هذه الآفة بكل الطرق والوسائل، ومن بين أهم هذه الطرق والوسائل نجد وسائل الإعلام والاتصال كأحد مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي لها دور مهم في توعية الفرد والمجتمع من أخطار هذه الآفة، وتنشئة الفرد والمجتمع تنشئة سوية بعيدة عن هذه الآفة الاجتماعية الخطيرة التي تفتك بصحة الفرد وجسمه على حد سواء، من خلال حملات وومضات إعلامية واتصالية عبر مختلف وسائلها، سواء المكتوبة أو المسموعة أو المرئية أو حتى الإلكترونية، فمن خلال هذه الحملات أو الومضات يمكن أن تقول وسائل الإعلام بدورها التوعوي والتحذيري من سموم هذه الآفة. ومن خلال هذا المقال سوف نحاول أولا تحديد مشكلة المخدرات وآثارها السلبية ثم

* – أستاذ محاضر بجامعة العربي التبسي، الجزائر، mounir.tabbi@yahoo.com

علاقة الإعلام بالمخدرات، إلى جانب التطرق لأهم النظريات المفسرة لتناول الجريمة (المخدرات أنموذجا) في وسائل الإعلام، وأخيرا ما هو دور وسائل الإعلام في الوقاية من تعاطي المخدرات.

1–مشكلة المخدرات...وآثارها السلبية:

تعد المخدرات آفة اجتماعية خطيرة، رافقت البشرية منذ القدم وتطورت بتطوره حتى أصبحت من أبرز الظواهر الاجتماعية الراهنة وإحدى مشكلاتها المعاصرة، كما بدأت تقلق المجتمع العالمي بكافة فئاته واتجاهاته وتقضُ مضجعه وتهدد حضاراته، وتسبب له الحيرة والارتباك في وقف هذا السيل الجارف من الويلات والآلام التي تجتاح المجتمعات البشرية النامية والمتطورة على حد سواء، فتظهر خطورة تعاطي المخدرات داخل أي مجتمع من المجتمعات فيما تتركه من آثار نفسية واجتماعية واقتصادية مدمرة على الفرد والمجتمع (عليوي، 2016)، وتتنوع الآثار المترتبة على تعاطي المخدرات إلى ما يلي: (الخالدي، 2005)

- **الآثار الدينية**

المخدرات مضيعة للوقت مذهبة للعقل تدخل صاحبها في غيبوبة تمنعه أداء صلواته وتحقيق عبادته، وتنافي اليقظة الدائمة التي يفرضها الإسلام على قلب المسلم، كما أن سيطرتها على عقله تجره لارتكاب كل محرم من قتل وسرقة وبذل عرض وسواها؛

- **الآثار الاجتماعية**

يتنامى تدهور صحة المدمن حتى يصبح عاطلا عن العمل وهو عضو غير منتج في المجتمع، يميل إلى ارتكاب الجرائم، غير متحمل لمسئوليته كراع في أسرته، وينفق موارده لتحصيل ما يتوهم فيه اللذة من مخدر تاركا أفراد أسرته دون طعام ولا كساء مما يؤدي إلى كثرة حدوث الطلاق في تلك العائلات، كما تكثر ولادة أطفال مشوهين الخلقة، ضعيفي البنية في أوساط المدمنين، وعندما يعجز المدمن عن تأمين المخدر بالطرق المتاحة كثيرا ما يلجأ لإجبار زوجته أو ابنته على البغاء، فانتشار المخدرات علامة على الرذيلة بكل صورها؛

- **الآثار الاقتصادية**

علاوة إلى أن المدمن إنسان غير منتج، فإنه يلحق بمجتمعه خسارة كبرى في الانفاق على علاجه من الأمراض التي ينتجها الإدمان، وعلى إنشاء مصحات لعلاج آفة الإدمان بالذات؛

- **الآثار الصحية والنفسية**

فالإدمان يؤدي إلى ضمور قشرة الدماغ التي تتحكم في التفكير والإدارة، وتؤكد الأبحاث الطبية أن تعاطي المخدرات ولو بدون إدمان، يؤدي إلى نقص في القدرات العقلية وإلى إصابة خلايا المخيخ بالضمور، مما يخل بقدرة الشخص

على الوقوف من غير ترنح، أما انحلال نخاع القنطرة الوسطى عند المدمن فيؤدي إلى شلل النصف السفلي من الجسم، كما يصاب المدمن بنوبات من الهذيان والارتعاش وفقدان الوعي وتتليف كبده وتضخم طحاله كثيرا، ويصاب التهاب الأعصاب المتعددة، ومنها العصب البصري المفضي إلى العمي وإلى التهاب مزمن في البلعوم والمريء قد يفضيان إلى سرطان المريء والقيء المتكرر، وفقدان الشهية يؤديان بالمدمن إلى الهزال الشديد، كما أن المخدرات تهيج الأغشية المخاطية للأمعاء والمعدة وإلى احتقانهما وتقرحاتهما، وما ينجم عن ذلك من نوبات إسهال وإمساك وسوء هضم مع سوء امتصاص للغذاء يزيد الطين بلة، وكل المخدرات يدعي متعاطوها أنها مثيرة جنسياً وأنها تزيد في متعتهم، غير أن الباحثين يؤكدون أن الإدمان في خاتمة المطاف يؤدي إلى العجز الجنسي، والعنانة الكاملة عن الرجل وإلى البرود الجنسي عند المرأة، ومن أبرز أضرار المخدرات النفسية الشعور بالاضطهاد والكآبة والتوتر العصبي النفسي وحدوث أهلاس سمعية وبصرية، مثل سماع أصوات ورؤية أشياء لا وجود لها، وتخيلات قد تؤدي إلى الخوف فالجنون أو الانتحار، كما يحدث اضطراب في تقدير الزمان والمكان مما ينتج عنه أحكام خاطئة، وضعف في التركيز، مما يقلل من تفاعل المدمن مع محيطه بحيث لا يسعده شيء سعادته بالحصول على المخدرات.

2–الإعلام والمخدرات...أي علاقة؟

إن وسائل الإعلام المختلفة في عالمنا المعاصر سواء كانت مسموعة أم مرئية أم مقروءة، تعتبر من أهم المؤسسات التربوية ذات التأثير القوي، ووسائل الإعلام كمؤسسات تربوية تمتاز بأن لديها قدرة عالية على جذب الناس من مختلف الأعمار ومن الجنسين، وهي أداة هامة من أدوات النهوض بالمجتمعات ثقافيا، كما أنها تمتاز بمميزات لا تتوافر في غيرها من وسائط الثقافة الأخرى، حيث إنها سريعة الاستجابة لنشر المستحدثات في مجال العلم والمعرفة، وقد مكنها من ذلك اعتمادها أساسا على أحدث وسائل العلم الحديث والتكنولوجيا، وإذا سلمنا بدور وسائل الإعلام في صياغة شخصية الفرد وتوجيهه، وتأثيرها على صياغة تفكيره بما تملك هذه المؤسسات الإعلامية من وسائل مطبوعة مثل: الكتب والصحف والمجلات والنشرات والملصقات، أو بالوسائل السمعية والمرئية: كالإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح والمهرجانات والمعارض، فلابد أن نسلم بدور هذه الوسائل والمؤسسات في علاج ظاهرة تعاطي المخدرات. (الخالدي، 2005)

تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا وفعالا في الحد من ظاهرة انتشار المخدرات وتعاطيها، وذلك من خلال الرسالة الإعلامية التي تبثها إلى الجمهور من برامج واعية ومتطورة، قابلة للتحديث ومرنة وصادقة لكي تحصل على أعلى درجات الإقناع، بغية الوصول إلى المتلقي وتوليد الثقة عنده، لتصبح برامج الوسيلة الإعلامية مقبولة، وبذلك تحقق الهدف المنشود من الرسالة الإعلامية، ويتحمل الإعلام مسؤوليات كبيرة وأساسية في مستوى الوعي بقضية المخدرات

التي تعانيها جميع المجتمعات العالمية، لمالها من آثار مدمرة وانعكاسات هائلة على مختلف قطاعات المجتمع وفئاته، وبالتالي لا بد من أن نوضح أهم النقاط الأساسية التي ينبغي على الإعلام بشكل عام التركيز على أهميتها، لكي يكون للإعلام دور في مكافحة ظاهرة المخدرات. (جريدة الرياض، 2010)

في إطار واجبات ومهام محددة، وخطط وبرامج فاعلة ومؤثرة، توظف الإمكانات الهائلة والأشكال والمضامين الإعلامية الجذابة والمشوقة، التي تحظى بكثافة استماع ومشاهدة عالية من قبل الجمهور، وقدرة فائقة على التأثير في العقل والوجدان، ويعد الإعلام خط المواجهة الأول لمخاطر تعاطي وإدمان المخدرات والحد من انتشارها والطلب عليها، وذلك من خلال وسائل الإعلام المتعددة (جريدة الرياض، 2010)، إن مواجهة ظاهرة تعاطي المخدرات عبر وسائل الإعلام تحتاج منا إلى خطة مدروسة تتوخى نشر المعلومات والحقائق المتعلقة بظاهرة تعاطي المخدرات بموضوعية كاملة، دون تهويل أو تهوين، مما يتطلب ذلك توظيف كافة الطاقات والكفاءات المتميزة بالإبداع بالتصدي لهذه الظاهرة، من خلال البرامج المختلفة ونشر الوعي العلمي بين فئات المجتمع المهنية والعمرية. (الخالدي، 2005)

إن مهمة الإعلام الأساسية هي إنسانية لا تختلف عن مهن إنسانية أخرى كالطب والصيدلة والتعليم والمحاماة، ومن الضروري تسخيرها وتطويعها بالأشكال التي تثير انتباه الجمهور ويشدهم، إذ يتابع الجمهور الوسيلة الأكثر جدية وموضوعية وصدقية، والتي تقدم مادتها بأساليب جذابة ومشوقة بعيدا عن إثارة العواطف والزوابع لمجرد الإثارة، بل يجب أن يكون الهدف أسمى كي لا تكون أدوات الإعلام مدمرة، بل بناءة تساعد في تجاوز المشكلات والأمراض الاجتماعية وتنهض بالمجتمع نحو الأفضل، وهو ما يجب اعتماده في التصدي لظاهرة تعاطي المخدرات، حيث أن وسائل الإعلام تنفرد في تأثيرها في الجمهور عن باقي المؤسسات الأخرى وذلك لما تتمتع به من شعبية، إذ يمكنها مخاطبة أفراد المجتمع كافة مجتمعين أو فرادى، وتصل إليهم مهما تباعدت المسافات أو تزايدت الحواجز، فباقي المؤسسات تخاطب فئة بذاتها كالطالب في المدرسة أو الجامعة، أو العامل في المصنع أو الفلاح في المزرعة ..الخ، أما وسائل الإعلام فإنها تجمع بين عدد من الوظائف مجتمعة، فتقوم بالتعليم والتوعية والارشاد والتثقيف، ودورها واضح في دعم الأفكار الوطنية وتعزيز حب الوطن والحفاظ على سلامته وتقدمه، ومع التطور التقني لوسائل الإعلام فإن قدرتها على التأثير أصبحت بارزة.(الدليمي، 2010، 136)

والإعلام في عصرنا هذا سلاح ذو حدين، وبقدر ما نحسن استخدامه وتوجيهه نحصد النتائج المرجوة منه، فالإعلام غير المدروس يشكل خطرا كبيرا على المشكلة التي يسعى إلى معالجتها، إذ قد تقود بعض الجهود الإعلامية غير المدروسة في إلقاء الضوء على مشكلة الإدمان على المخدرات، تقود إلى تعقيد هذه المشكلة وربما إلى تفاقمها، وهكذا فمعظم البرامج الإعلامية التي تتناول مشكلة خطيرة كالمخدرات، لا يجرى لها التقييم العلمي المناسب الذي يشمل

تحليل نتائج هذه البرامج الإعلامية، وكيف أثرت في الفئة المستهدفة منها، ولتعزيز دور الإعلام ليصبح إعلاما تنمويا فاعلا، لا بد من تعزيز التدريب والتأهيل اللازمين للعاملين ليكون إعلاما متخصصا مرتكزا على قواعد علمية ثابتة، وقد انضم الإعلام المعتمد على الشبكة (الإنترنت)، خلال السنوات القليلة الماضية، إلى وسائل الإعلام الأخرى، وأخذ دوره يتصاعد ويتصاعد خاصة مع تخطي عدد مستخدمي الشبكة في العالم مليار شخص، وفي كل لحظة تمر، تضاف إلى خزائن هذه الشبكة العنكبوتية، آلاف الصفحات والمواقع بسرعة عجيبة مدهشة، وقد ازداد استخدام الشبكة (الإنترنت)، كأداة من أدوات التعليم والتثقيف والعلاج الصحي والاجتماعي، ومع تزايد استخدام الشبكة في صفوف الأطفال والشباب، أصبح من الضروري استخدام وسائل الإعلام المختلفة، بالإضافة إلى الشكل الجديد وهو استثمار الشبكة بالشكل الأمثل، من أجل وصول الرسالة الإعلامية المدروسة إلى غاياتها المنشودة، لأهميتها الكبيرة في تطوير صحة الفرد والأسرة والمجتمع، ومكافحة انتشار المخدرات في عصر المعلومات. (شحرور، 2010)

أما أخطر ما يمكن أن تقع فيه وسائل الإعلام فيما يتعلق بجهود مكافحة المخدرات، فهو الترويج لها من غير قصد وتمجيد حياة المتعاطين وتصويرها على أنها تقوم على السعادة واللذة والمسرات، وكلنا نذكر بعض الأفلام التي تصور المدمن على أنه رجل ظريف ومسل ومضحك... إذ يبدو في هذه الأفلام وكأنه ازداد جاذبية وخفة دم نتيجة تعاطي المخدرات، والرسالة التي يتلقاها الشاب من هذه الوسيلة الإعلامية مغلوطة ومدمرة، إذ إنها تشير إلى أن المخدرات تفتح له الطريق إلى قلوب الناس وتجعله محبوبا مع أن العكس هو الصحيح (إسلام واب، 2007)، فعلى سبيل المثال على الرغم من نجاح فيلم "الكيف"، إلا أن مخرج الفيلم قدم لنا نموذجا سيئا مضحكا للبطل محمود عبد العزيز، يمكن أن يقلده الشباب على أساس أنه رجل فكاهي مضحك، وهذا قد يرمز إلى أن المخدرات تعطيه هذا الحضور المضحك، بينما في حقيقتها هي نموذج لشقيقة الدكتور "يحي الفخراني" بما أظهره من معاناة حقيقية لمتعاطي المخدرات، إذ يعاني من آثار الانقطاع بشكل مرضي يصيبه بأوجاع جسيمة وصداع قاتل وإسهال وقيء، وهي حقائق معروفة ولا مجال للضحك في حياة مدمن مخدرات، فحياته عذاب وخلاصه يكون بالعلاج فحسب. (درويش، 2005، 148)

إن الحاجة ماسة لتوعية الإعلاميين أنفسهم إلى ضرورة التحلي بالوعي عند التعامل مع قضايا المخدرات، بحيث لا تتحول وسائل الإعلام إلى مروج أو ممجد لهذه الآفة دون قصد، والنتيجة هي انضمام فئات جديدة من الشباب إلى صفوف ضحايا المخدرات، وبمعنى آخر فإن المطلوب هو صياغة رسالة إعلامية واضحة المعالم وحازمة ومحددة حتى لا ينتج عنها غير المقصود منها، ولا شك أن وسائل الإعلام الجديدة مثل المدونات وغرف الحوار والبريد الإلكتروني والإنترنت تطرح تحديات جديدة، إذ إنها تقوم على الاتصال المباشر بين الناس، فإذا ما أخطأت الصحافة أو الإذاعة أو التلفزة فإنك توجه اللوم إلى القائمين عليها، أما في الوسائل الجديدة فمن عساك تلوم؟!! (إسلام واب، 2007)

ومن هذا المنطلق فإن الإعلام يلعب دورا أساسيا في محاربة استهلاك المخدرات والمتاجرة بها، فإذا علمنا –كما تشير الدراسات الميدانية– أن فئة الشباب والمراهقين هي الأكثر متابعة لوسائل الإعلام خاصة الجديدة منها على غرار شبكة الأنترنت، بالإضافة إلى أن هذه الفئة كذلك هي الأكثر استهلاكا للمخدرات، فإننا ندرك أن هذه الوسائل الإعلامية هي الأكثر مقدرة على محاربة هذه الآفة، والحد منها على الأقل في المجتمع، وهذا يتم عبر بث مختلف البرامج التوعوية والحملات التحسيسية، التي تعمل على توعية الأفراد بمخاطر هذه الآفة، وتحسيسهم بنتائجها الوخيمة على الفرد والعائلة وعلى المجتمع، فحينما يتم التركيز على النتائج المباشرة على حياة المدمنين، وما يمكن أن تحدثه من أشياء سلبية ومؤلمة، خاصة بالنسبة لأفراد العائلة كالأبناء والإخوة والآباء، فيمكن حينئذ أن يدرك المدمن على المخدرات نتائج وتبعات ما يقوم به. (بعزيز، 2014، 28)

كما ينبغي على وسائل الإعلام أن تكثف برامجها وحملاتها الإعلامية، بشكل يتوجه ليس فقط للمدمنين على المخدرات، وإنما حتى لغير المستهلكين لها، وكذلك لمن يتاجر بها، من خلال التركيز على مختلف الأبعاد الدينية والاجتماعية والاقتصادية لهذه الظاهرة، وينبغي ألا تكتفي وسائل الإعلام بالتحذير فقط من الظاهرة، فالمطلوب تقديم مخارج واقتراح حلول فعالة، موجهة لكل الأطراف الفاعلة التي يمكن لها أن تساهم في حل الظاهرة، كالأولياء والمعلمين والأطباء النفسانيين، علاوة على التوجه للمدمنين من خلال برامج متخصصة، تعتمد على المتخصصين في المجال، للأخذ بيد المدمن إلى غاية التخلص نهائيا من الإدمان، عبر تقديم حلول عملية تراعي الظروف الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للأفراد المدمنين، بالإضافة إلى ما تم ذكره، ينبغي على وسائل الإعلام أن تنشر مختلف المعلومات المتعلقة بالمراكز التأهيلية والمستشفيات المتخصصة لمعالجة المدمنين، وتشجيع الأفراد المدمنين على الالتحاق بها، للتخلص نهائيا من هذه الآفة الاجتماعية. (بعزيز، 2014، 28)

3–النظريات المفسرة لظاهرة الجريمة في وسائل الإعلام (تعاطي المخدرات أنموذجا):

تعرض وسائل الإعلام من خلال وسائلها المكتوبة والسمعية والبصرية والإلكترونية العديد من مظاهر الجريمة ومن بينها تعاطي المخدرات، وعلى هذا الأساس نحاول شرح بعض النظريات التي حاولت تفسير العلاقة بين وسائل الإعلام وارتكاب الجريمة (تعاطي المخدرات أنموذجا)، وهي كالتالي: (قيراط، 2005، 6-8)

3–1–نظرية التطهير:

تنطلق هذه النظرية من فرضية أن التعرض للجريمة والعنف في وسائل الإعلام يقلل من حاجة الإنسان إلى العدوان، ويمكن إشباع هذه الحاجة بالعدوان المباشر أو بمشاهدة الآخرين يرتكبون الجرائم ويقومون بالعدوان، فالتعرض لأعمال العنف والجريمة في وسائل الإعلام يمكن أن يخفض من حاجة الإنسان إلى العدوان، فأفلام العنف والجريمة تساعد على امتصاص قابلية ارتكاب العدوان والعنف والجريمة عند بعض الجمهور، كما تؤدي إلى تخفيض القلق والتوتر؛

3–2–نظرية الاستثارة:

تنطلق هذه النظرية من فرضية أن التعرض لحافز أو مثير عدواني يفرز الإثارة السيكولوجية عند الفرد، وهذه الإثارة بإمكانها من زيادة احتمالات قيام الفرد بتصرف عدواني، أكدت العديد من الدراسات التي تبنت هذه النظرية، توصلت نتائج مفادها أن المادة الإعلامية التي تحتوي على الجريمة والعنف تؤدي إلى استثارة المشاهدين نفسيا وعاطفيا وتهيء لديهم شعورا وقابلية بإمكانية الاستجابة العدوانية لما شاهدوه، ومن أطروحات هذه النظرية والنتائج التي توصلت لها الدراسات، أن العنف المبرر يؤدي إلى تقبل العدوانية في الواقع، كما أن مشاهدة العنف والجريمة والعدوان تزيد من العدوان في الحياة العملية لدى عدد كبير من الناس، كما توصلت العديد من الدراسات إلى وجود علاقة ارتباطية بين السلوك العدواني لدى الأطفال، ومشاهدة مواد العنف في السينما والتلفزيون؛

3–3–نظرية التدعيم:

يرى "كلابر" أن مجرد التعرض إلى مظاهر الجريمة والعنف في وسائل الإعلام لا يؤدي بالضرورة إلى ارتكاب الجريمة، ومن خلال دراساته العديدة خلص كلابر" إلى أنه لا يمكن الحديث عن تأثير مباشر للتلفزيون، إلا على الأشخاص ذوي القابلية النفسية والسيكولوجية للعدوان قبل التعرض لوسائل الإعلام، فحسب "كلابر" يعتبر التلفزيون أحد العوامل وليس العامل الوحيد للتأثير في الفرد لارتكاب الجريمة أو السلوك العدواني؛

3–4–نظرية النمذجة:

تنطلق هذه النظرية من مسلمة التعلم الاجتماعي ودور وسائل الإعلام في التطور الاجتماعي للفرد، فوفقا لهذه النظرية فإن أفراد الجمهور في المجتمع بإمكانهم محاكاة سلوك العنف والعدوان من خلال ملاحظة الجريمة التي تقدم في وسائل الإعلام، كما يمكنهم تعديل تصرفاتهم في ضوء الشخصيات الشريرة التي تحصل على العقاب في وسائل الإعلام، فالأطفال عندما يجلسون أمام جهاز التلفزيون ويشاهدون العنف والجريمة على الشاشة، فإنهم يحاكون كل أشكال السلوك الجديد، فالعمليات التعليمية تحدث ويتم اكتساب نماذج جديدة للسلوك السوي وغير السوي، وللسلوك الذي يحدث في الواقع والذي تصوره وسائل الإعلام في الخيال أو الواقع؛

3-5-نظرية التوحد:

تنطلق هذه النظرية من نظرية التقمص الوجداني في علاقاتها بوسائل الإعلام، فهي تقوم على نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني ونظرية أخذ الأدوار في التقمص الوجداني، فحينما نتوقع مشاعر وأحاسيس الآخرين وسلوكهم، وحينما نخرج بتنبؤات يصبح عندنا مهارة تسمى عند علماء النفس الاجتماعي بـ "التقمص الوجداني"، أي القدرة على إسقاط وتصور أنفسنا في ظروف الآخرين، وهذا ما يحدث عادة عندما يقلد الأطفال أبطالهم في أفلام الخيال، وحتى في التصوير الواقعي للأعمال العدوانية وللجرائم.

4-ماذا على وسائل الإعلام أن تفعل؟

يتنوع دور وسائل الإعلام في الوقاية من تعاطي المخدرات بتنوع هذه الوسائل، فنجد الوسائل المكتوبة والمسموعة والمرئية وحتى الإلكترونية، وسنشرح دور هذه الوسائل فيما يأتي.

4-1-الصحافة المكتوبة:

تؤدي الصحف دورها في التعريف بعمل المؤسسات والدوائر المختلفة، مثل الإدارات العاملة في مكافحة المخدرات أو نشاطات المؤسسات التعليمية والدينية في مجال التوعية، كما تعرض ندوات ومناقشات حول مواضيع كثيرة منها المخدرات مما يرفع نسبة الوعي بها والتذكير بمخاطرها، فالصحافة اليوم بنشرها أخبار القبض على عصابات التهريب وبطريقة مشوقة، تعزز الصورة الإيجابية لأجهزة الأمن مما يشجع المواطن على التعاون، كما أن نشر أخبار تفيد القصاص في مهربي المخدرات في مكان بارز من صفحاتها، يعزز فكرة الردع القوي ويذكر بالإجراءات المتخذة في مواجهة هذه المشكلة (البكر، 2004)، ويمكن أن نفصل في شرح دور الصحافة في هذا المجال من خلال النقاط التالية: (عقبات، 2007، 7-8)

- التغطية الإخبارية لظاهرة تعاطي المخدرات، وفي هذا الصدد لا يكتفي الصحفي بنقل الأخبار حول الجرائم الناتجة عن تعاطيها في حالات محددة تحتاج إلى نشر، بل ويستطيع الصحفي تغطية القضية المطروحة بالتفاصيل المتبعة في التقارير الإخبارية، وإجراء المقابلات الصحفية مع المدمنين والمتضررين من سلوكيات متناول المخدرات، لغرض توضيح النتائج السيئة لعملية الإدمان في جوانبها الصحية والنفسية والاجتماعية، وبالسرد التحريري – التحليلي لأركان التأثير المباشر على الإنسان والبيئة والمجتمع، ويمكن في هذا الصدد استخدام الرسوم الكاريكاتيرية لمزيد من تجسيد جوهر هذه الظاهرة بالصورة السلبية الواضحة في ملامحها؛
- المقالات والتحقيقات الصحفية بدورها تستطيع التعمق في تحليل أبعاد ظاهرة تعاطي المخدرات بكافة أشكالها بالوقوف أمام متعاطيها، وموقف القانون واللوائح النافذة والقضاء في مواجهتها، وأهمية تنفيذ

نصوص العقوبات حرصا على أخلاقيات وصفاء العلاقات الإنسانية، والحفاظ على صحة الأفراد واقتصاد المجتمع وسمعته وأمنه واستقراره.

4-2-الإذاعة:

والإذاعة كبقية الوسائل الإعلامية ينبغي أن يتواجد مراسلوها في المؤتمرات العلمية والندوات التخصصية في موضوع انتشار المخدرات في المجتمعات، للاستفادة من محتوى الأوراق المقدمة والأفكار المطروحة وتسجيلها، لاختيار مقاطع هامة منها تتماشى والخطة الإعلامية المتبعة، خاصة تلك التي ستضيف رؤى جديدة لفقرات برامجية توعوية تساهم في الحد من انتشار الظاهرة، إلى جانب استغلال تواجد معدي الأوراق العلمية لإجراء حوارات إضافية معهم، خاصة أولئك المتخصصين في الطب الوقائي والنفسي والإدمان وعلماء الاجتماع والقانون وفضيلة علماء الدين، لهدف التقريب في وجهات النظر والسير بها في مجرى تنوير المواطن وإرشاده إلى الطريق السوي في تجنب تعاطي أي نوع من المخدرات، وواجب إرشاد الأسرة وتوجيه الأطفال والأقارب بمخاطر هذا السلوك كتحصين أخلاقي وديني، ومراقبة الذات والتمسك بكتاب الله عز وجل وسنة نبيه محمد صلى الله عليه وسلم. (عقبات، 2007، 9)

إن لغة التخاطب الإذاعي يستوجب تصنيف الشرائح الاجتماعية تعليميا وثقافيا لاختيار البرامج الموجهة لكل فئة، من أجل اختيار الكلمات والجمل والمعاني التي تتناسب مع المستوى الثقافي والتعليمي، بغية إيصال الأفكار بطريقة واضحة، يفهمها الجميع مع إمكانية استخدام اللهجة العامية، خاصة للمستقبلين في القرى والبوادي البعيدة، فتنويع نمطية أداء البرامج الإذاعية يساعد كثيرا في تخصيص تنويهات مختصرة في إطار البرامج الموجهة، أو في الأوقات قبل نشرات الأخبار، فتكثيف فلاشات معبرة باللهجات المحلية لمواقف محددة تتناول جانبا من أضرار تعاطي المخدرات على الفرد والأسرة والمجتمع، سواء بأسلوب إرشادي مركز أو بحوار تمثيلي مبسط، لأن الأداء التمثيلي الإذاعي هو أقرب الطرق لتسجيل المواقف المعبرة وملامسة القضية بصورة مباشرة في إيصال الفكرة إلى المتلقي، بتأثير مناسب يبدأ بتشخيص موقف محدد لشخص مدمن، أو لصديق يتأثر بصديقه متناول المخدرات أو غير ذلك، يسير في اتجاه درامي يبلغ ذروته في اكتشاف خطورة السير في هذا الطريق والتوبة والعودة إلى طريق الصلاح..... إلخ. (عقبات، 2007، 9-10)

4-3-التلفزيون:

التلفزيون برنامج قبل كل شيء، ومواده موجهة لكل أفراد الأسرة، ومن ثم فهي تتناول قضايا المجتمع بصورة شاملة، وخاصة تلك التي تؤثر في سلوكيات الأبناء وصحة أفراد الأسرة، وعلى رأسها قضية المخدرات، التي تحتاج من معدي البرامج التلفزيونية إلى الاستفادة من خصائص هذه الوسيلة الإعلامية الجذابة، واستغلال التطور التكنولوجي المتسارع

للأجهزة الإلكترونية الحديثة، والتسهيلات المساعدة في إعداد البرنامج المؤثر والمقنع، لتضطلع بتكوينه مهمة التوعية والتوجيه والإرشاد الفاعلة، للحد من انتشار أي نوع من المخدرات في المجتمع، وفق الخطوات الإنتاجية المتبعة في الإعداد والتقديم (عقبات، 2008، 99)، إن إعداد برنامج وثائقي موجه ضد المخدرات ينبغي تحديد نوعية مادته وهدفه والجمهور المستهدف، وذلك لوضع المعطيات الضرورية لطرق الإعداد البحثي، من خلال البحث عن مصادر حية للمعلومات المدرجة في البرنامج، إلى جانب الاستعانة باللقاءات والآراء والتعليقات، ويمتلك الصحفي التلفزيوني عادة زمام المبادرة في متابعة الأحداث وجمع المعلومات إزاء ظاهرة انتشار المخدر ونوعه ومتعاطيه. (عقبات، 2008، 100)

5–نموذج حملة إعلامية لمكافحة المخدرات:

تمر الحملات الإعلامية المعدة لاستهداف الأفراد المدمنين على تعاطي المخدرات على عدة مراحل نذكرها في السطور التالية: (البكر، 2004)

5–1–معرفة الجمهور المستهدف:

بادي ذي بدء يجب الاعتراف بأن معرفة حجم المشكلة يساعد في تحديد حجم ومناطق تواجدها، والسمات العمرية والاجتماعية والثقافية لمن يعانون منها، بحيث يمكن توجيه الرسالة الإعلامية لمن هم مستهدفين فعلا، وحتى نتمكن من التعرف على الجمهور المستهدف، فلابد لنا من الاستعانة بنتائج البحوث والدراسات التي أجريت في هذا الميدان، حتى نعرف لمن نوجه رسالتنا، لأن هذه الرسالة إذا وجهت لمن لا يحتاجونها فقد تثمر عكس نتائجها، بإثارة حب الاستطلاع الذي قد يؤدي للممارسة، وتساعد نتائج الدراسات في الكشف عن مدى انتشار التعاطي وأنماطه مما يساعد على وضع خطط الوقاية، وقد أجريت بحوث كثيرة في ما يسمى بالجماعات الهشة، ووجد أن أكثر الأشخاص المعرضين لمشكلة المخدرات هو أولئك:

- الذي يوجد تاريخ للتعاطي أو الإدمان داخل أسرهم؛
- الانهيار الأسري / طلاق/ خلافات شديدة؛
- اختلال الضبط الأسري (انضباط أخلاقي)؛
- ضعف الوازع الديني؛
- صحبة الأقران من متعاطين أو مدمنين؛
- تدخين السجائر قبل سن الثانية عشر؛

- السجل المدرسي السيئ؛

5–2–الاستعداد النفسي والعقلي للجمهور:

يلعب الاستعداد النفسي والتحضير العقلي للجمهور المستهدف دورا أساسيا في تقبل البرامج الموجهة للمكافحة، فقبل أعوام عديدة مثلا، لم يكن المواطن السعودي يتقبل فكرة أن توجد مشكلة في مجال تعاطي المخدرات في المملكة، وأن هذه الظاهرة هي من الظواهر المؤقتة وغير المنتشرة، ومن ثم فلا داعي لتعريض الصورة المشرقة للإنسان السعودي للألم، كما استمر التأكد على مبدأ الخصوصية السعودية التي من أبرز سماتها نقاء المجتمع المحلي من الشوائب، عطفا على تاريخه الديني وموروثه الثقافي، وهذا أدى إلى نوع من الرفض لفكرة وجود مشكلات من هذا النوع، غير أن التوجه نحو مواجهة المشكلات وطرح الحلول والتوعية حولها، خلق جوا نفسيا وعقليا يساعد على استيعاب الجهود المبذولة في هذا المجال؛

5–3–طبيعة محتوى الرسالة الإعلامية الموجهة:

عند التفكير في محتوى الرسالة الإعلامية الموجهة لمكافحة مشكلة المخدرات يجب ملاحظة الآتي:

- انتهاج مبدأ التخطيط السليم بدلا من ردود الفعل على أحداث مفاجئة، أي ضرورة وجود خطط طويلة الأجل على المستوى الإعلامي؛
- الاستعانة بنتائج البحوث والدراسات العلمية الحديثة؛
- الموضوعية والصدق في التناول والبعد عن التهويل والمبالغة، إذ أوضحت الكثير من نتائج الدراسات التتبعية في هذا المجال، أن نسبة كبيرة من المعلومات التي تأتي للمتعاطين تأتي عن طريق وسائل الإعلام؛
- استخدام التقنيات الحديثة في عمل البرامج، فالجمهور المستهدف هو الجيل الحاضر الذي يتوقع مستويات فنية متقدمة، ويهزأ ويسخر ولا يبالي بالبرامج التلقينية؛
- تجنب الخوض في التفاصيل الدقيقة وذلك حتى لا يعمد البعض للتقليد، مثلا الامتناع كلية عن الكلام تفصيلا حول طرق التعاطي لأي مخدر؛
- الحديث عن المخدرات في مجموعها مقضي عليه بالفشل، لأن الموضوع الآن من التعقيد والتنوع ما يجعل وظائفه ونتائجه بالغة التعقيد، ولذا على المتحدث أن يبتعد عن التبسيط المخل، ومحاولة التركيز على نوع وحد من المخدرات ما أمكن؛

- الالتزام بالأسلوب التربوي المتكامل بدلا من أسلوب التلقين المعتمد على نقل المعلومة، وأن ينقل الحديث عن المخدرات لطرحه ضمن سياق قيمي متكامل، وضمن بند سلوكي يمكن لخلق اتجاه سلوكي معين مع إثارة مشاعر معينة، مثل العلاقة الحميمة مع الأهل وأثر المخدرات في تعطيل ذلك؛
- التأكد والتنوير حول التبعات القانونية لتعاطي أو نشر المخدرات، فالكثيرين يعزون بدءهم للجهل بالنتائج، لكن القانون لا يحمى من لا يقرؤون، كما أن كل فرد يجب أن يتحمل ما يترتب على جهله بعد التنوير بالعواقب؛

5-4-نوعية الوسيلة المستخدمة:

هل هي تلفزيون إذاعة /ملصقات / نشرات: أي ماذا يتناسب مع الجمهور المتلقي، وماذا يتناسب مع الوسيلة المستخدمة لتحقيق الغرض من البرنامج المقدم.

خاتمة

أخيرا، يتضح جليا دور وسائل الإعلام والاتصال المختلفة في محاربة آفة المخدرات، ويتضح كذلك فهم هذا الدور وكيفية تطبيقه لتحقيق النجاعة المنشودة، فوجب أولا معرفة الجمهور المستهدف، أي إلى من نتوجه بمختلف الحملات والومضات الإعلامية والاتصالية الخاصة بالمخدرات، ثم هل هذا الجمهور المستهدف مستعد لاستقبال هذه الرسالة الإعلامية الموجهة إليه أم لا، بمعنى وجب صياغتها شكلا ومضمونا (استمالات عاطفية وعقلية)، بحيث تثير فضول الجمهور في التعرض لها ثم الاهتمام بها فالتأثر بها، وأخيرا اختيار الوسيلة الإعلامية أو الاتصالية المناسبة لتمرير تلك الومضات والحملات بما يتناسب مرة أخرى مع الجمهور المستهدف، إذن هكذا يمكن أن يكون الدور الإعلامي والاتصالي في محاربة آفة المخدرات ذو فعالية ونجاعة.

قائمة المراجع:

1-بعزيز، إبراهيم. (2014، سبتمبر). دور الإعلام في الوقاية من المخدرات: مجلة الوقاية والمكافحة، العدد 00، الديوان الوطني لمكافحة المخدرات وإدمانها. الجزائر، 28.

2-البكر، فوزية بنت بكر. (2004). دور الإعلام في مواجهة مشكلة المخدرات. مجمع الأمل للصحة النفسية بالرياض، على الرابط: http://www.alamal.med.sa/article18.shtml

3-جريدة الرياض السعودية. (2010). دور الإعلام في الحد من انتشار المخدرات، على الرابط http://www.alriyadh.com/537941

4-الخالدي، نسرين محمد جميل. (2005). ظاهرة تعاطي المخدرات. جريدة دنيا الوطن الفلسطينية، على الرابط https://www.alwatanvoice.com/arabic/news/2005/05/25/22258.html

5-درويش، صفوت. (2005). الوقاية من المخدرات بين النظرية والتطبيق. القاهرة: المكتب المصري الحديث.

6-الدليمي، نزهت محمود. (2010، حزيران – أيلول). فاعلية الإعلام الحر في معالجة المشكلات الاجتماعية ظاهرة تعاطي المخدرات والادمان أنموذجا. مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العدد 9-10، 131-144.

7-شحرور، غسان. (2010). سلاح الإعلام في مكافحة المخدرات. الشبكة العربية للأمن الإنساني، على الرابط https://arabhumansecuritynetwork.wordpress.com/2013/08/20/سلاح-الإعلام-في-مكافحة-المخدرات/

8-عقبات، أحمد مطهر. (2007، 2-3 أفريل). دور وسائل الإعلام في الوقاية من انتشار المخدرات، قدم إلى ندوة دور المؤسسات التربوية في الحد من تعاطي المخدرات، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.

9-عقبات، أحمد مطهر. (2008). طرق إنتاج برامج التوعية الإعلامية للوقاية من أضرار المخدرات، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.

10-عليوي، معاذ صبحي محمد. (2016). تعاطي المخدرات: الأسباب والآثار الاجتماعية والاقتصادية. المركز الديمقراطي العربي للدراسات، على الرابط: https://democraticac.de/?p=26762

11-قيراط، محمد مسعود. (2005، 11-13 أفريل). الآثار السلبية لنشر قضايا الجريمة والانحراف في وسائل الإعلام الجماهيري. قدم إلى الندوة العلمية حول الإعلام والأمن، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الخرطوم.

12-مقالات إسلام واب. (2007). دور الإعلام في محاربة المخدرات، على الرابط http://articles.islamweb.net/media/index.php?id=141850&lang=A&page=article

الإعلام المحلي ودوره في ترسيخ قيم المواطنة

– إذاعة سعيدة المحلية أنموذجا–

Local media and its role in strengthening citizenship values

- Local radio of Saida model -

د. قواسم بن عيسى*

الملخص:

يعالج موضوع هذه الورقة البحثية إشكالية تعزيز قيم المواطنة في المجتمعات، خاصة المحلية منها، ودور الإعلام الجواري في غرسها وترسيخها في نفوس الأجيال الصاعدة، من أجل بناء المواطن الصالح الذي يشعر بانتمائه وولائه لوطنه، ويساهم في تنميته وتطويره عبر تأديته لواجباته والتزاماته التي تعتبر حقا لوطنه عليه، مثل المشاركة في صنع القرارات وفي تسيير الشأن العام المحلي والانتخاب والنقد... وغيرها من الالتزامات التي تساهم على نحو أفضل في انخراط المواطن في الحياة العامة بشكل إيجابي وفعال، كما يعمل الإعلام الجواري في المقابل على تعريف المواطن بحقوقه التي تكفلها له الدولة التي يحمل جنسيتها على قدم المساواة مع الآخرين، وبأسلوب ديمقراطي وشفاف، من خلال قيامه بنشر المعلومات وتكريس ثقافة الحوار وتبادل الآراء ووجهات النظر، وإعطاء الفرصة لجميع الأفراد لإسماع صوتهم إزاء القضايا العامة المحلية، ونظرا للقرب الجغرافي والنفسي لوسائل الإعلام الجواري من المتلقي، وعلى رأسها الإذاعات المحلية، فإن رهاناتها في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لها أبعاد استراتيجية حيوية، تبدأ بصناعة مواطن صالح وتنتهي ببناء وطن متطور ومنفتح، يتعايش فيه أفراده مع بعضهم البعض في جو تحكمه ثقافة المواطنة وقيمها على جميع المستويات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية... إلخ.

الكلمات المفتاحية: الإعلام المحلي–المواطنة –الإذاعة المحلية.

* **أستاذ محاضر "أ" في علوم الإعلام والاتصال بجامعة "د. مولاي الطاهر" بسعيدة** /gouacemb84@yahoo.fr

Abstract

The subject of this research paper treat the problematic of reinforcing the values of citizenship in societies, especially local ones, and the role of local media in planting it in the younger generations, in order to build a good citizen who feels his belonging and loyalty to his country, and contributes to its development, by doing his duties and obligations that are considered a right of his nation, like participation in decision making and governance of local public affairs, and election, criticism…, and other obligations that contribute positively and effectively to citizen engagement in public life, in addition, the local media informs citizens of their rights that are guaranteed by the state of their nationality evenly with others, and in a democratic and transparent manner, by disseminating information and establishing the culture of dialogue and exchanging views, and giving all individuals the opportunity to make their voices heard about public issues; given the geographical and psychological proximity of the local media to the receiver, especially local radios, their stakes in the consolidation of the values of citizenship are strategic and vital, it start with making a good citizen, and ends with building a developed and open country, its citizens coexist with each other, in an atmosphere governed by the culture of citizenship and its values, at all levels: political, economic, social, cultural… etc.

Key words: Local Media - Citizenship - Local radio.

مقدمة:

تعتبر المحلية أو كما يعبر عنها غالبا بالقرب الجغرافي من بين أهم القيم الخبرية التي لها تأثير بالغ الأهمية في المتلقي، إذ كلما كانت الوسيلة الإعلامية قريبة جغرافيا من مكان إقامة المتلقي، كانت أقرب إليه نفسيا ووجدانيا، كما أن الأخبار المحلية التي تتحدث عن حيّه أو قريته أو مدينته التي يقطن فيها تكون أكثر لفتا لانتباهه وأشد إثارة لاهتمامه من تلك التي تتحدث عن منطقة جغرافية بعيدة عن مقر سكنه، وهو ما جعل الحكومات عبر العالم – وخاصة الدول السائرة في طريق النمو– تنشئ مؤسسات إعلامية محلية مثل الإذاعات الجهوية، والصحف المحلية من أجل مخاطبة المجتمع المحلي، وتوصيل السياسات والقرارات الحكومية إلى المواطن المحلي عبرها، وتلبية حاجيات الساكنة المحلية، وجعلها همزة وصل بين السلطات المحلية والمواطنين، خاصة في المناطق الريفية والصحراوية النائية.

ورغم أننا نعيش في زمن السماوات المفتوحة والوفرة الإعلامية العابرة للحدود والقارات، والتي تنقل كما هائلا من المعلومات والأخبار عمّا يحدث في العالم، إلا أن الإعلام المحلي أو الجواري لا يزال يستقطب أعدادا هائلة من الجماهير على المستوى الجهوي أو المحلي، وأحيانا على المستوى الوطني وحتى الدولي بفعل إمكانية التقاط برامج الإذاعات المحلية المختلفة عبر الأقمار الصناعية أو باستعمال الأنترنيت حتى ونحن خارج الوطن، مما يعطي للإعلام المحلي بعدا عالميا، ويخرج المناطق النائية والمهمشة من عزلتها، ويوصل صوتها إلى خارج حدود الوطن.

ونظرا للأهمية البالغة التي يكتسبها الإعلام الجواري وأبعاده التنموية والسياسية والثقافية والتوعوية...إلخ، فقد راهنت عليه الدولة الجزائرية منذ مطلع التسعينات من القرن الماضي، وعملت على إنشاء محطة إذاعية في كل ولاية من ولايات القطر الوطني، بهدف تقريب الإعلام من المواطن، ومرافقة الجهود التنموية على المستوى المحلي وفق ما أكدت علية نظريات الإعلام التنموي منذ السبعينات من القرن الماضي على يد "ولبر شرام".

ومن بين الأهداف التنموية الأساسية للإعلام الجواري ترسيخ قيم المواطنة لدى عموم المواطنين – خاصة الناشئين منهم– من خلال تعريفهم بحقوقهم التي تكفلها لهم الدولة، والالتزامات والواجبات والمسؤوليات التي تفرض عليهم. إن الإعلام الجواري يفتح فرصا واعدة أمام أفراد المجتمع المحلي للمشاركة في الشأن العام على مستوى المجالس المحلية، الولائية منها والبلدية، ويشركهم في عملية صنع القرارات التي تهم واقعهم المحلي، ويعزز لديهم الشعور بالإنتماء للوطن، وبالمسؤولية المشتركة النابعة من الضمير الجمعي. والتساؤل الرئيس الذي يطرح هنا هو: **ما رهانات الإعلام الجواري ممثلا في إذاعة سعيدة المحلية في ترسيخ وتعزيز قيم المواطنة لدى الساكنة المحلية؟**

التساؤلات الفرعية للدراسة:

1– إلى أي مدى يساهم الإعلام المحلي في تمكين المواطنين من المشاركة في عملية صنع القرارات المحلية وفي الانخراط في إدارة الشأن العام المحلي؟

2– ما هو الدور الذي يلعبه الإعلام المحلي في تعزيز ثقافة الحوار وفي نقل الآراء المختلفة للمواطنين وفي تبادل وجهات النظر المتعددة إزاء القضايا المحلية؟

3– ما هي الاستراتيجيات التي ينتهجها الإعلام المحلي في غرس ثوابت الهوية الوطنية لدى الأجيال الصاعدة، وتعزيز الشعور لديهم بالانتماء للوطن، والتفاني في خدمته، والاستعداد للتضحية من أجله، وأداء الواجبات التي تساهم في التنمية المحلية؟

4– هل استطاع الإعلام المحلي ببرابجه ومضامينه أن يصنع "المواطن الفعال" المتشبع بقيم النقد والمساواة والمسؤولية واحترام الآخر، والنقاش الحر والبنّاء ضمن الفضاء العمومي المحلي؟

ضبط المصطلحات والمفاهيم:

1–مفهوم الإعلام المحلي:

تترجم كلمة (Local) الفرنسية بـ "المحلي"، وتترجم كلمة (Région) بـ "منطقة أو إقليم أو قطر أو ناحية"، وتترجم الكلمة الإنجليزية (Local) بالمحلية، أما كلمة (Région) فتترجم بـ "المنطقة"، وفي الأدبيات الإعلامية المغاربية تترجم كلمة (Regional) بـ "الجهوي"[1].

ويتداخل مفهوم المحلية مع الجهوية ومع الإقليمية بسبب اختلاف الاستخدامات لهذه المفردات الثلاث، والتداخل بين المحلي والجهوي جعل المصطلحين يحملان معنى واحدا: "الإعلام المحلي أو الجهوي فوقي التوجه، والممارسة لا تتجاوز التعريف بما ينجز من مشاريع تنموية أو ببعض التظاهرات"[2].

يعرف الإعلام المحلي بأنه الإعلام الذي ينبثق في بيئة معينة ومحدودة ويوجه إلى جماعة بعينها، ترتبط مع بعضها البعض في هذه البيئة بحيث يصبح الإعلام مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس، ومتصلا بثقافة البيئة المحلية وظروفها الواقعية، وأنه يقوم على إعداد الرسائل التي تنقل إلى نوعية معينة من الجماهير المحدد إطارها جغرافيا عن طريق إحدى وسائل الإعلام بهدف تزويد الناس بالأخبار والمعلومات، من خلال عملية عرض فني يساعد أفراد المجتمع المحلي على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات[3].

بما أنه يتعذر على الحكومة تسيير أقاليمها بنفسها والاطلاع على حقيقة أوضاعها وتلبية حاجيات أفراد هذه الأقاليم من خلال أجهزة مركزية تجهل حقيقة الواقع المحلي، فإن الحكومة تعمد إلى إيجاد آليات تمكنها من تلبية حاجيات الأفراد محليا من خلال إشراكهم في تسيير أقاليمهم بأنفسهم ضمن أطر وتنظيمات لا تؤثر على كيان الدولة الواحدة[4]، ويعد الإعلام المحلي إحدى هذه الآليات.

---

[1] عبد العالي رزاقي وآخرون، دور الإذاعات المحلية والإقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي: الجزائر والسودان ومصر مثالا، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2012، ص 9.

[2] نفس المرجع، ص 10.

[3] سويقات لبنى، الإعلام المحلي وأبعاد التنموية في المجتمع، دراسة وصفية تحليلية للخطاب الإعلامي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2010، ص 30.

[4] شويح بن عثمان، دور الجماعات المحلية في التنمية المحلية، دراسة حالة البلدية، رسالة ماجستير في القانون العام، جامعة تلمسان، 2011، ص 5.

إن الإعلام المحلي هو ذلك الإعلام الموجه إلى شريحة من المجتمع ضمن نطاق جغرافي محدود عبر وسائل الإعلام المختلفة المكتوبة منها والمسموعة والمرئية، ويعد الإعلام المحلي بصورة عامة مرآة عاكسة للمجتمع المحلي وما يواجه من قضايا وأحداث ومشكلات، وهو أحيانا أداة ناجحة وشديدة التأثير في علاج هذه المشكلات وتنمية استعدادات الناس وقدراتهم لمواجهة قضاياهم الملحة، وفتح آفاق أوسع أمامهم للإسهام في تطوير المجتمع، أضف إلى ذلك أن الإعلام المحلي – الصحفي والإذاعي والمرئي– يستطيع أن يقدم للمجتمع المحلي خدمة إعلامية وثقافية متكاملة، والتي تعتبر بمثابة وسائط خاصة موجهة إلى جماعة مرتبطين بها ويشعرون أنها ملك لهم، نابعة من ذاتهم وتخاطبهم بلغتهم[1].

إن الإعلام المحلي قد نشأ معبرا عن حاجيات واهتمامات ذاتية أو محددة من قبل، وهو حاليا يمثل مطلبا حيويا من ناحية التخطيط القومي العام، وأهميته تكمن في توصيل وتبسيط وحسن تنفيذ ومتابعة الأهداف القومية والتنموية، ويساعد على تناغم اجتماعي بين المؤسسات الاجتماعية المختلفة[2].

وضع "إيف دو لاهاي" بعض المعايير التي تساعد على تشخيص ما هو الإعلام المحلي، ومنه أنه يشتغل محليا وتترتب عليه نتائج محلية، إذ يكتسب البعد الجغرافي أهمية في تحديد معايير الإعلام المحلي، انطلاقا من القرب وتقلص المسافة بين المرسل والمتلقي، وهناك إجماع على أن الإعلام المحلي يخضع للتقسيم الإداري لكل قطر عربي، فهناك من يسميه الإعلام المحلي، وهناك من يسميه الإعلام الجهوي أو الجواري، وهناك من يسميه الإعلام الإقليمي. ولما كان الإعلام المحلي مرتبطا بالبيئة المحلية شكلا ومضمونا ويأخذ بعدا جغرافيا، ويؤدي خدمة للمجتمع المحلي الموجود فيه، فإنه يبقى الوسيلة الأكثر قربا من السكان[3].

إن الإعلام المحلي كما شخصه "ايف دو لاهاي" يحدد في البداية بمحتواه، حدث جرى في مكان ما، أو أنه خاص بهذا المكان أو بإحدى شخصياته، فيقال عنه أنه إعلام محلي، ويدرك ثقافيا ونفسيا أنه كذلك، ثم يقال عنه أنه محلي لأنه يستقبل محليا، كما أنه لا يهم سوى سكان هذا المكان، والإعلام المحلي يتجه إلى الفرد المعروف مسبقا بملامحه الاجتماعية والثقافية والنفسية، وبهواجسه وانشغالاته. ويرى "كلود جوليان" أن "لوسيلة الإعلام المحلية دور لا

[1] سويقات لبنى، مرجع سابق، ص21.
[2] عبد العالي رزاقي وآخرون، مرجع سابق، ص 10.
[3] نفس المرجع، ص 11.

يمكن تعويضه، لكن يجب عليها ألا تعكف على وصف الأحداث والمشاكل المحلية التي تتجاهلها وسائل الإعلام الوطنية فقط، فلا يجب أن تعالج مشاكل المدينة أو القرية كجزيرة معزولة عن العالم[1].

2–تعريف الإذاعة المحلية:

يقول صاحب معجم المصطلحات الإعلامية بأن (Local Radio) هي "إذاعة تختص بإرسال داخلي لإقليم أو محافظة، وتتميز بأنها تختص بالشؤون الداخلية والمحلية والإقليمية أو المنطقة التي تغطيها فتعتني بأخبارها وفنونها المحلية والقضايا التي تعنيها وتعمل على تنميتها.

ويعرف الاتحاد العالمي للإذاعة الإذاعة المحلية بأنها "تستجيب لاحتياجات المجتمع المحلي الذي تخدمه، كما تسهم في تنميته وهي تناضل من أجل ديمقراطية الاتصال من خلال مشاركة المجتمع المحلي[2].

ومن بين تعريفات الإذاعة المحلية أنها وسيلة إعلامية مسموعة تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من النواحي الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية، له خصائصه البيئية والثقافية المتميزة، تحده حدود جغرافية تشملها رقعة الإرسال المحلي، فالإذاعة المحلية كوسيلة اتصال جماهيري مرتبطة أساسا بمجتمع خاص محدد المعالم أو الظروف، ويكون هذا المجتمع مدينة أو مجموعة قري أو مدنا صغيرة متقاربة تجمعها وحدة اقتصادية وثقافية متميزة، وتكون هذه الإذاعة هي مجالهم الطبيعي للتعبير عن مصالحهم، وتعكس فهمهم وتراثهم وأذواقهم وأفكارهم، بل حتى لهجتهم المحلية، وتلبي احتياجاتهم الخاصة المتميزة، وهكذا تصبح الإذاعة المحلية هي الوسيلة التي تخاطب مستمعا محددا له مصالحه وارتباطاته الاجتماعية المعروفة، وله تقاليده وعاداته وتراثه الفكري الخاص، بالإضافة إلى إحساس المستمع بالإنتماء لهذه الإذاعة التي تقدم له الأخبار التي تهمه، وتقدم الأسماء والشخصيات المعروفة لديه والقريبة منه، وتقدم أيضا ألوان الفنون التي يرتاح لها أكثر من غيرها، وتناقش المشكلات التي تمس حياته اليومية، وتوفر له المشاركة المباشرة وغير المباشرة من خلال برامجها[3].

وهناك من يرى أن "الإعلام في حقيقته قد بدأ إقليميا ليعبر عن واقع المجتمع الذي ظهر فيه". ولعل هذا ما جعل البعض يعتقد بأن المحطات الإقليمية هي التي "تغطي بإرسالها مدينة معينة أو دائرة محددة تشمل إقليما داخل الدولة،

---

[1] سويقات لبنى، مرجع سابق، ص 30.

[2] عبد العالي رزاقي وآخرون، مرجع سابق، ص 9.

[3] سويقات لبنى، مرجع سابق، ص 21.

وتستهدف هذه المحطة ببرامجها التي تبثها بعض المواطنين في جزء محدد من أجزاء الدولة بحيث يشكل هذا البعض جمهور مستمعيها"[1].

3–أهداف الإعلام المحلي:

تؤدي وسائل الإعلام على مختلف أنواعها دورا هاما في المجتمع، فهي تعمل على خلق وحدة معنوية بين أفراد الشعب باعتبارها السبيل الأوحد إلى معرفة ما يدور فيه، والإحاطة بالقيم الاجتماعية السائدة بين جنباته، فتكون بذلك رابطا يجمع بينهم، ومن ناحية أخرى فإن الإعلام بشتى أنواعه يكشف ما قد يحيط بالمجتمع من نقص ويعمل على دفع الجهات المسؤولة إلى الإصلاح وتكملة هذا النقص سواء من النواحي الاجتماعية أو الاقتصادية أو الثقافية...، ونفس هذه الأهداف يشترك فيها الإعلام المحلي أو الجهوي، فهو يسلط الضوء على ما يدور في دواليب الجماعات المحلية من خروقات ومن إنجازات على حد سواء، ومازال الإعلام المحلي الوطني في بدايته الأولى ولم تتحدد معالمه بعد مقارنة مع ما وصل إليه الإعلام المحلي في الدول الغربية كبريطانيا وفرنسا مثلا[2].

ينصب اهتمام الإعلام المحلي في كل بقاع العالم حول الاهتمام بالساكنة المحلية وبشؤونها واحتياجاتها، لأنها الأقرب والأكثر تفهما لمتطلباتها، كما أنه يندمج بشكل سلس داخل ساكنة المنطقة، ويكون الصحفي المحلي في الأغلب ابن المنطقة والأدرى بمقوماتها، ويساعد الإعلام المحلي على التعريف بالمنطقة وبمؤهلاتها الاقتصادية والثقافية والسياحية، وهو العين الحارسة لمصالح الساكنة المحلية، وصوتها الرنان عندما تهدر حقوقها وتنسى مصالحها، وتصبح في البند المخصص للكماليات على لائحة المجالس المحلية، إن دور الإعلام المحلي سواء في الدول النامية أو الدول التي مازالت على طريق النمو لا يختلف إطلاقا، فوظائف الإعلام المحلي لا تختلف ولا تتجزأ بحسب المصالح أو الظروف الراهنة أو أنها ترتبط بسياسية الدول[3].

[1] عبد العالي رزاقي وآخرون، مرجع سابق، ص 10.

[2] شيماء الهواري، المنظومة الإعلامية: أية حكامة، الإعلام المحلي نموذجا، المركز الديمقراطي العربي للنشر، برلين، ط1، 2017، ص 157.

[3] نفس المرجع، ص 157.

4–مفهوم المواطنة:

المواطنة في اللغة العربية منسوبة إلى الوطن، وهو المنزل الذي يقيم فيه الإنسان، وجمعه أوطان، ويقال وطن بالمكان وأوطن به أي أقام، وأوطنه اتخذه وطنا، وأوطن فلان أرض كذا أي اتخذها محلا ومسكنا يقيم فيه. وفي اللغة الإنجليزية تأتي المواطنة ترجمة لمصطلح (Citizenship)، ويقصد به غرس السلوك الاجتماعي المرغوب حسب قيم المجتمع من أجل إيجاد المواطن الصالح (Good Citizen)[1].

وبالرجوع إلى الموسوعة العربية العالمية نجد بأنها تعرف المواطنة بأنها "اصطلاح يشير إلى الانتماء إلى أمة أو وطن"، وفي قاموس علم الاجتماع تم تعريفها على أنها مكانة أو علاقة اجتماعية تقوم بين فرد طبيعي ومجتمع سياسي"، وتعرف دائرة المعارف البريطانية المواطنة بأنها "علاقة بين فرد ودولة كما يحددها قانون تلك الدولة، وبما تتضمنه تلك العلاقة من حقوق وواجبات في تلك الدولة"[2].

تعود فكرة المواطنة لعصر الدولة– المدينة اليونانية، ومنذ ذلك الوقت وهي تتطور عمقا بزيادة مدى المشاركة الديمقراطية واتساعا بمد الحق في التصويت أبعد من الذكور، الملاك والنخبة. والمواطنة عادة ما تؤخذ على أنها العضوية أو المشاركة النشطة في جماعة أو عدد من الجماعات، وتتضمن الإحساس بالارتباط والولاء لمفهوم الدولة أو النظام المدني، وليس شخص ملك أو رئيس، وتقوم على فكرة الانتماء والأشياء المشتركة، والمواطنة بذلك تعني العضوية النشطة في مجتمع سياسي، في إطار من الحقوق والمسؤوليات التي يحددها الدستور والقانون.

وحقيقة أن المواطنة وظيفة يحتم على المواطنين القيام بأعبائها ومسؤولياتها ليست بالشيء الجديد، إذ تم إدراكها وإقرارها منذ زمن بعيد، حيث تعود لزمن اليونانيين والرومانيين، وهو نفس ما أكده الرئيسان الأمريكيان "هاري ترومان" و "جيمي كارتر" عند انتهاء مدة رئاسة كل منهما وعودته إلى ولايته، حيث أكد كل منهما أنه عائد إلى أعلى وظيفة في الدولة وهي وظيفة المواطن[3].

[1] ندى علي حسن بن شمس، المواطنة في العصر الرقمي، نموذج مملكة البحرين، معهد البحرين للتنمية السياسية، 2017، ص 42.
[2] نفس المرجع، ص 42.
[3] مصطفى محمد عبد الله قاسم، التعليم والمواطنة، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ط1، 2006، ص 89.

إن أهم توسيع لنظرية المواطنة الحقوقية جاء في القرن العشرين على يد "مارشال" في كتابه "المواطنة والطبقة الاجتماعية" الذي قسم فيه حقوق المواطنة إلى مكونات ثلاثة ظهرت على مدى ثلاثة قرون متتالية: أولها المكون المدني أو المواطنة المدنية، وهي نتاج القرن الثامن عشر، وفيه تم إقرار الحقوق والحريات المدنية مثل سيادة القانون والمساواة أمام القانون، وحرية الكلام والفكر والحرية الدينية، ثم جاء المكون السياسي أو المواطنة السياسية في القرن التاسع عشر، وتأكد فيه الحقوق في المشاركة السياسية مثل الحق في التصويت والترشيح للوظائف العامة، وفي القرن العشرين، ومع ظهور نموذج دولة الرفاه التي مكنت المواطنين من الهرب من الكد المضني لمجرد البقاء، ظهر المكون الثالث وهو المواطنة الاجتماعية ليضمن للمواطنين الحق في حد أدنى من الأمن الاقتصادي والمادي وذلك لحمايتهم من قوى السوق، وبذلك تحولت المواطنة إلى مفهوم غير اقتصادي[1].

إن المواطنة باعتبارها الرابط الاجتماعي والقانوني بين الأفراد والمجتمع السياسي الديمقراطي تستلزم – إلى جانب الحقوق والحريات – مسؤوليات والتزامات مهمة بدونها يفشل مشروع الديمقراطية، ومسؤوليات المواطنة يمكن تقسيمها إلى نوعين: مسؤوليات تفرضها الدولة على مواطنيها، ومسؤوليات يقوم بها المواطنون طوعا، ومن أمثلة النوع من المسؤوليات: دفع الضرائب والخدمة في القوات المسلحة وطاعة القوانين التي يسنها ممثلو الشعب، ومن النوع الثاني مسؤوليات مثل: النقد البناء للحياة المدنية والسياسية، والمشاركة في تحسينها، والعمل على تضييق الفجوة بين الواقع والغايات الديمقراطية، والمسؤولية عن الصالح العام والضمير المشترك[2].

تستخدم اليوم عدة دلالات للمواطنة، فيراد بها أحيانا الانتماء النشط إلى طائفة دينية أو جماعة مصالح أو طبقة اجتماعية أو عضوية في أي مجتمع سياسي مستقل، بل إننا نلاحظ أحيانا استعمال عبارة "المواطنة الخاصة" مطبقة على الدائرة المنزلية، غير أن فكرة المواطنة تحيل في معناها الدقيق إلى فكرة المشاركة السياسية وحق المساهمة في تشكيل الإرادة العامة، وهي تشكل الخاصية القانونية للفرد الذي يتمتع بحقوق يقوم في مقابلها بأداء مجموعة من الواجبات، وهذه الامتيازات التي من بينها حق التصويت، حق الترشح للوظائف الانتخابية، حق الخدمة في الجهاز الإداري للدولة، حق التملك، حرية الرأي والاعتقاد تشترك في أن استخدامها يمثل عنصرا لا ينفصل عن عمل النظام السياسي بأكمله، وسواء كانت المواطنة وطنية تتعلق بحقوق وواجبات الفرد داخل الدولة التي ينتمي إليها ويحمل جنسيتها، أو مواطنة عربية أو أوروبية أو إفريقية، فإنها في دلالتها العامة عبارة عن مجموعة من الحقوق المادية والمعنوية، الفردية

[1] مصطفى محمد عبد الله قاسم، مرجع سابق، ص 89.

[2] نفس المرجع، ص 90.

والجماعية، تتكفل الدولة بصيانتها وتمكين المواطنين منها في مقابل مجموعة من الواجبات يسدي المواطنون بعضها في شكل خدمات، تحت إشراف ومراقبة الأجهزة الإدارية للدولة[1].

5–أبعاد المواطنة:

مفهوم المواطنة له أبعاد متعددة تختلف تبعا للزاوية التي يتم تناوله منها، ومن هذه الأبعاد ما يلي:

أ–البعد المعرفي الثقافي:

حيث تمثل المعرفة عنصرا جوهريا في نوعية المواطن الذي تسعى إليه مؤسسات المجتمع، ولا يعني ذلك بأن الأمي ليس مواطنا يتحمل مسؤولياته ويدين بالولاء للوطن، وإنما المعرفة وسيلة تتوفر للمواطن لبناء مهاراته وكفاءاته التي يحتاجها، كما أن التربية الوطنية تنطلق من ثقافة الناس، مع الأخذ في الاعتبار الخصوصيات الثقافية للمجتمع.

ب– البعد المهاري:

ويقصد به المهارات الفكرية مثل التفكير الناقد والتحليل وحل المشكلات... وغيرها، حيث أن المواطن الذي يتمتع بمهارات كهذه يستطيع تمييز الأمور، ويكون أكثر عقلانية ومنطقية فيما يقول ويفعل.

ج–البعد الاجتماعي:

ويقصد به الكفاءة الاجتماعية في التعايش مع الآخرين والعمل معهم.

د–البعد الانتمائي:

أو البعد الوطني، ويقصد به غرس انتماء المواطنين لثقافاتهم ولمجتمعهم ولوطنهم.

هـ–البعد الديني:

أو القيمي مثل العدالة والمساواة والتسامح والحرية والشورى والديمقراطية.

و–البعد المكاني:

وهو الإطار المادي والإنساني الذي يعيش فيه المواطن، أي البيئة المحلية التي يتعلم فيها ويتعامل مع أفرادها، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال المعارف والمواعظ، بل لا بد من المشاركة التي تحصل في البيئة المحلية والتطوع في العمل البيئي[2].

---

[1] سيدي محمد ولد يب، الدولة وإشكالية المواطنة، قراءة في مفهوم المواطنة العربية، دار كنوز المعرفة، عمان، 2010، ص 49.

[2] ندى علي حسن بن شمس، مرجع سابق، ص 47.

لا يكتمل مفهوم المواطنة على الصعيد الواقعي إلا بإنشاء دولة الإنسان، تلك الدولة المدنية التي تمارس الحياد الإيجابي تجاه قناعات ومعتقدات وإيديولوجيات مواطنيها، بمعنى أنها لا تمارس الإقصاء والتهميش والتمييز تجاه مواطن بسبب معتقداته أو أصوله القومية أو العرقية. فهي مؤسسة جامعة لكل المواطنين إنها تمثل في المحصلة الأخيرة مجموع إرادات المواطنين، تحفظ على المواطن حقوقه المختلفة، وتوجب عليه واجبات تجاه دولته، بمعنى أنها تحفظ على الدولة حقوقها تجاه المواطنين، وتؤدي إلى الرفع من الثقة لدى المواطن والدولة في اتجاه دعم أحدهما للآخر، بما يحقق لحمة النسيج الاجتماعي للمجتمع، ويؤدي إلى شراكة في تنمية المجتمع من خلال المواطن والدولة في نفس الوقت، ذلك أن متانة النسيج الوطني تتطلب التسليم بمفهوم المواطنة، كمفهوم تتحقق فيه المساواة بين البشر، وينال فيه الفرد موقعه الاجتماعي ووظيفته عن طريق كفاءته وقدراته ونزاهته، فالراقع يؤكد أن ثمة علاقة في المضمون بين مفهوم المواطن والمواطنة، حيث أنه لا يمكن أن تتحقق المواطنة بدون مواطن يشعر شعورا حقيقيا بحقوقه وواجباته في وطنه، فلا مواطنة بدون مواطن، ولا مواطن إلا بمشاركة حقيقية في شؤون الوطن على مختلف المستويات[1].

إن المواطنة هي تمتع الشخص بحقوق والتزام بواجبات، وممارستها تكون في بقعة جغرافية معينة لها حدود محددة، تعرف في الوقت الراهن بالدولة القومية الحديثة التي تستند إلى حكم القانون، في دولة المواطنة جميع المواطنين متساوون في الحقوق والواجبات، لا تمييز بينهم بسبب الاختلاف في الدين أو النوع أو اللون أو العرق أو الموقع الاجتماعي...الخ، وبالتالي فإن القانون يحقق المساواة داخل المجتمعات ويفرض النظام ويجعل العلاقات بين البشر "متوقعة"، أي تجري وفق تصور مسبق يعرفه ويرتضيه الجميع. هذه المواطنة تعبر عن نفسها على أرض الواقع في مشاركة المواطنين في الشأن العام، يشاركون بالرأي والصوت الانتخابي وممارسة المنصب السياسي، ترتبط هذه المشاركة بعمق انتمائهم للوطن الذين يعيشون فيه واستعدادهم دائما للعمل على رقيه وتقدمه[2].

تعد المواطنة أساس الرباط الاجتماعي، ففي المجتمع الديمقراطي الحديث لم يعد الرباط بين الأفراد دينيا أو سلاليا وإنما سياسيا، فعيش أفراد معا لا يعني بالضرورة اعتناقهم ذات الدين أو اشتراكهم في التبعية لذات الملك الحاكم، أو خضوعهم لذات السلطة، وإنما كونهم مواطنين تابعين لذات النظام السياسي[3].

[1] سمير مرقس، المساواة من منظور المواطنة، الندوة الدولية حول التنمية والديمقراطية وتطوير النظام الإقليمي العربي، المنظمة العربية لحقوق الإنسان، القاهرة، ط1، 2013، ص 107.

[2] سامح فوزي، المواطنة، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ط1، 2007، ص 7.

[3] دومينيك شنابر، كريستيان باشولييه، تر: سونيا محمود نجا، ما المواطنة؟، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2016، ص 11.

وبما أن المواطنة من الوطن والإقامة، فهي إذن عملية بناء مستمرة باعتبارها العنصر الأساسي في عملية الاندماج الاجتماعي التي تسمح للمواطنين جميعهم بالحصول على الهوية الوطنية والحقوق السياسية والقانونية المرتبطة بها، وبالتالي تحقق التفاعل الأفضل مع الجماعة الوطنية. وبناء على ذلك فإن إعداد المواطنة الصالحة يعتبر هدفا من أهداف الدولة والمجتمع وتزداد أهمية هذا الهدف مع التقدم العلمي والتكنولوجي الذي يشهده عالم اليوم، وما يتبعه من فضاء إعلامي واسع الانتشار في أرجاء المعمورة، ومن ثقافات متعددة يتعرض لها الفرد المواطن، وتعتبر تربية المواطنين هي وسيلة المجتمع والدولة في وقت واحد لإعدادهم على الوجه المطلوب لضمان انتمائهم للوطن، والحفاظ على هويتهم في ظل الظروف الحالية والتغيرات المتسارعة التي يمر بها، كما يرسخ لديهم الشعور بمسؤولية الأعمال التي يقومون بها تجاه وطنهم، سواء كانت فردية أو جماعية[1].

6– دور الإعلام المحلي في تكريس المواطنة:

تعتبر وسائل الإعلام عموما والإذاعات المحلية خصوصا من أهم أدوات ترسيخ المواطنة وتعزيزها، حيث يسهم الإعلام الجواري في بناء المجتمع المحلي من خلال الارتقاء بالرؤى والتصورات التي تساعد الأفراد على أن يصبحوا قيمة مضافة في عملية التنمية المحلية وكذا الوطنية، ويمثل الإعلام المحلي وسيلة مهمة للتعبير عن آراء المواطن ومشكلاته وعرض قضاياه، بل إن وسائل الإعلام الحديثة في ضوء حرية تدفق المعلومات أصبحت من أبرز الأدوات لتبادل الثقافات والخبرات بين مواطني مختلف الدول في شتى بقاع الأرض.

والإعلام سلاح ذو حدين، لذ يجب أن يوجه الوجهة الصحيحة ليلعب دورا إيجابيا في غرس قيم المجتمع وتوطيد العلاقة بين المواطنين والوطن، ويخدم القضايا الإنسانية ذات الاهتمام العالمي والإقليمي والمحلي، كالدفاع عن حقوق الإنسان والتنمية والبيئة[2].

إن إشراك المواطن في تسيير الشأن العام المحلي وإعلامه بكل الإجراءات المتخذة عبر وسائل الإعلام المحلية وعلى رأسها الإذاعة المحلية يمكن أن يساهم في تحقيق ما يلي:

[1] علي محمد الصلابي، المواطنة والوطن في الدولة الحديثة المسلمة، مكتبة الفنون والآداب، القاهرة، 2015، ص 21.

[2] شعشوع قويدر، آليات تعزيز المواطنة ودورها في احترام حقوق الإنسان، الملتقى الدولي السنوي للبحث العلمي (التربية على المواطنة وحقوق الإنسان)، طرابلس، لبنان، 2018، ص136.

1– الحوكمة المحلية:

المقصود بالحوكمة المحلية التسيير الجيد والعقلاني للشأن العام، ولا يتحقق ذلك إلا بإشراك جميع أطياف وفعاليات المجتمع المحلي من مواطنين وأعيان وقيادات محلية ومنظمات المجتمع المحلي في إدارة شؤون البلدية والولاية بما يحقق رضى المسؤولين والمواطنين معا، وفي هذا الصدد يلعب الإعلام الجواري باستخدام الإذاعة المحلية دورا بالغ الأهمية في جعل المواطنين على دراية مستمرة بما يحدث في قريتهم أو بلديتهم أو ولايتهم، مما يعطيهم الفرصة للإدلاء بآرائهم وطرح مشاكلهم وانشغالاتهم إلى المسؤولين المحليين عبر الإذاعة المحلية من أجل إدراجها في جدول الأعمال ومعالجتها.

2–المشاركة في صنع القرارات المحلية وترشيدها:

إن مخرجات التسيير المحلي تكون على شكل قرارات، وحتى تحقق هذه القرارات رضى غالبية أفراد المجتمع المحلي ينبغي أن يتم إشراك المواطنين فيها، وحتى يشارك المواطنون المحليون في القرارات التي تهمهم على المستوى المحلي ينبغي أن يكون تقاسم للمعلومات بين المسؤولين المحليين والمواطنين، وتعتبر الإذاعة المحلية الوسيلة المثلى التي يحصل من خلالها المواطنون على المعلومات الخاصة بشؤونهم المحلية وبكل التفاصيل، حيث أن وسائل الإعلام العالمية أو الوطنية لا تهتم بالأخبار المحلية، وإذا تم نشر خبر يتعلق بحدث محلي، فإنه يتم التطرق إليه بشكل سريع وسطحي، ودون التعمق والتفصيل فيه، لذا تعد الإذاعة المحلية أداة هامة للمجتمع المحلي للحصول على المعلومات المتعلقة بمدينته أو حيه الذي يقطن فيه، وتوظيف هذه المعلومات في المشاركة في صنع القرارات الرشيدة التي تتخذها المجالس المحلية بالتشاور والمشاركة مع أفراد المجتمع المحلي، وإذا كانت المشاركة هي الركيزة الأساسية للمواطنة، فإن فلسفة الاتصال بطبيعتها تشاركية، والإذاعة المحلية هي إحدى هذه الوسائل الاتصالية.

3– الشفافية:

تعد الشفافية آلية مهمة من آليات الحكامة المحلية، وسلاحا فعالا في يد المواطنين والفاعلين في المجتمع المدني من أجل مكافحة الفساد الذي ينتعش في البيئات الضبابية والمظلمة وغير الشفافة، حيث أن نشر المعلومات بشكل شفافية عبر الإذاعة المحلية يجعل المواطنين على قدم المساواة في الاستفادة من فرص التنمية والحصول على حقوقهم بناء على مبدأ الاستحقاق، ومن الأمثلة على ذلك نشر الإعلانات الخاصة بمسابقات التوظيف في المؤسسات المحلية عبر الإذاعة المحلية، وهذا الإجراء من شأنه يقلل من المحسوبية في التوظيف، وبالتالي يعزز لديهم روح الانتماء إلى وطنهم بدل التفكير في هجره.

4– تعريف المواطنين بحقوقهم وواجباتهم:

تساهم الإذاعة المحلية باستمرار في تعريف أفراد المجتمع المحلي بحقوقهم التي يخولها لهم الدستور والقانون، ويعطيهم الحق في التمتع بها، وبالواجبات والمسؤوليات التي تقع على عاتقهم تجاه دولتهم ووطنهم، حيث تبث الإذاعة المحلية برامج متنوعة سياسية واجتماعية وثقافية تهدف إلى تنويرهم وتبصيرهم بما لهم من حقوق وما عليهم من واجبات مثل الإعلانات الموجهة إلى الشباب الخاصة بأداء الخدمة الوطنية أو الحث على المشاركة في الانتخابات باعتبارها حقا وواجبا وطنيا...الخ.

5–تحقيق المساواة بين أفراد المجتمع المحلي:

إن الحديث عن المواطنة بدون تكريس لمبدأ المساواة يبقى مجرد شعار أجوف، فإذا لم يتلمس المواطن المساواة بينه وبين الآخرين في الحقوق والواجبات فإن ذلك سيولد لديه شعورا بالظلم، وإذا استمر هذا الشعور لديه وترسخ في أعماقه فإنه سيجد نفسه مضطرا إلى البحث عن مكان آخر يجد فيه إنسانيته وكرامته التي يتساوى فيها مع غيره من المواطنين، فالأمواج البشرية من الشباب التي تغامر بنفسها في البحر من أجل الوصول إلى الضفة الأخرى، دفعتها اللاعدالة واللامساواة إلى ذلك، بسبب ضعف الإحساس بالإنتماء إلى وطنهم، والذي مرده إلى غياب المساواة في الفرص وفي العيش الكريم، مما أدى إلى إضعاف قيم المواطنة لديهم في بعدها الاقتصادي والمادي، إضافة إلى عكس التنوع الثقافي واللغوي للمجتمع – وطنيا ومحليا– في البرامج الإذاعية مثل بث النشرات الإخبارية باللغة الأمازيغية، وهذا من شأنه أن يعكس مقومات الأمة الجزائرية التي تعتبر من الركائز الأساسية للمواطنة.

6– غرس قيمة حب الوطن في نفوس الأجيال الناشئة:

تعتبر وسائل الإعلام إحدى المؤسسات المجتمعية الفعالة التي تشارك مؤسسة الأسرة والمسجد والمدرسة وغيرها من المؤسسات في عملية غرس قيمة حب الوطن والانتماء إليه والتعلق به والاستعداد للدفاع عنه والتضحية من أجل، ومن أجل هذا الغرض تدرج الإذاعات المحلية في شبكتها البرامجية مجموعة من البرامج التي تهدف إلى تربية النشء الصاعد على حب الوطن، من خلال عزف النشيد الوطني عند بداية الإرسال الإذاعي وفي نهايته، كما تبث بين الفترة والأخرى بعض الأغاني التي تدعو إلى حب الوطن، خاصة في المناسبات الوطنية مثل عيد الاستقلال والشباب، وذكرى اندلاع الثورة التحريرية، إضافة إلى البرامج الحوارية التي تستضيف شخصيات محلية صنعت تاريخ الجزائر...الخ.

خاتمة:

إن الإعلام الجواري هو صوت المواطن المهمش في المناطق النائية، وصرخته المستنجدة بالتفاتة المسؤولين المحليين لرفع الغبن عنه، وإزالة العقبات والعراقيل التي تنكّد عيشه، وهو في الوقت ذاته أداة في يد الدولة لمرافقة السياسات التنموية محليا، وفرصة لتكريس قيم المواطنة ضمن الفضاء العام المحلي، من خلال تعزيز المساواة بين أفراد المجتمع المحلي في الحقوق والواجبات بغض النظر عن انتماءاتهم العرقية واللغوية والدينية والسياسية، حيث يعلو الانتماء للوطن على هذه الاختلافات، ويتساوى الأفراد أمام القانون، وتتسع دائرة الشفافية في إدارة وتسيير الشأن العام المحلي، بفضل بث برامج إذاعية من روبورتاجات وتحقيقات عن حقيقة الوضع في المؤسسات العمومية ذات الطابع المحلي، كما أن الإعلام المحلي يمكّن المواطنين من المشاركة في إدارة شؤونهم الولائية والبلدية بما يتماشى ورغباتهم وتطلعاتهم، دون أي إقصاء أو تهميش، عبر تزويدهم المستمر بالمعلومات والأخبار التي تغذي عملية صنع القرار حتى تتم بشكل تشاركي، وحتى يحقق الإعلام المحلي هدفه في ترسيخ قيم المواطنة بشكل فعال، ينبغي إزالة جميع العقبات والعراقيل التي تحول دون حصول الصحفي على المعلومة، وأن يمكّن من حقه في الحصول على المعلومات، والذي يعتبر بالدرجة الأولى حقا للمواطن، وما لم يتحقق ذلك، سيبقى مفهوم المواطنة مجرد شعار للاستهلاك المحلي.

المصادر والمراجع:

أ– الكتب:

1–دومينيك شنابر، كريستيان باشولييه، تر: سونيا محمود نجا، **ما المواطنة؟**، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2016.

2–سامح فوزي، **المواطنة**، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ط1، 2007.

3– سيدي محمد ولد يب، **الدولة وإشكالية المواطنة، قراءة في مفهوم المواطنة العربية**، دار كنوز المعرفة، عمان، 2010.

4– شيماء الهواري، **المنظومة الإعلامية: أية حكامة، الإعلام المحلي نموذجا**، المركز الديمقراطي العربي للنشر، برلين، ط1، 2017.

5– عبد العالي رزاقي وآخرون، **دور الإذاعات المحلية والإقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي: الجزائر والسودان ومصر مثالا**، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2012.

6– علي محمد محمد الصلابي، **المواطنة والوطن في الدولة الحديثة المسلمة**، مكتبة الفنون والآداب، القاهرة، 2015.

7–مصطفى محمد عبد الله قاسم، **التعليم والمواطنة**، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ط1، 2006.

8–ندى علي حسن بن شمس، المواطنة في العصر الرقمي، نموذج مملكة البحرين، معهد البحرين للتنمية السياسية، 2017.

ب–الرسائل الجامعية:

1–سويقات لبنى، **الإعلام المحلي وأبعاد التنموية في المجتمع، دراسة وصفية تحليلية للخطاب الإعلامي**، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2010.

2– شويح بن عثمان، **دور الجماعات المحلية في التنمية المحلية، دراسة حالة البلدية**، رسالة ماجستير في القانون العام، جامعة تلمسان، 2011.

ج–الندوات والمؤتمرات العلمية:

1–الملتقى الدولي السنوي للبحث العلمي حول "**التربية على المواطنة وحقوق الإنسان**"، طرابلس، لبنان، 2018.

2-الندوة الدولية حول "**التنمية والديمقراطية وتطوير النظام الإقليمي العربي**"، المنظمة العربية لحقوق الإنسان، القاهرة، ط1، 2013.

اتجاهات المشاهدين نحو البرامج الدينية في التلفزيون الأردني: "دراسة ميدانية"

Viewers Attitudes towards religious programs in Jordan Television: A survey study

أ/ علي الدقامسة *

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة اتجاهات المشاهدين نحوها، والتعرف إلى مدى متابعة المشاهدين الأردنيين للبرامج الدينية المعروضة على شاشة التلفزيون الأردني، وأهم عاداتهم وأنماطهم في ذلك، كما حاولت الدراسة معرفة مدى ثقة المشاهدين ورضاهم عن هذه البرامج.

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، والتي في إطارها تم استخدام المنهج المسحي، وضمن المنهج المسحي تم استخدام أسلوب مسح الجمهور بالعينة.

تكونت العينة من (450) مفردة تم اختيارهم وفق أسلوب العينة العمدية (القصدية). وتوصلت الدراسة إلى عدد من **النتائج أبرزها:**

1. أشارت نتائج الدراسة إلى أن البرامج المتخصصة الدينية تصدرت قائمة الأشكال البرامجية المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعته للموضوعات الدينية.
2. تبين نتائج الدراسة أن برنامج أسألوا أهل الذكر احتل المرتبة الأولى على قائمة البرامج الدينية الأكثر تفضيلاً لدى المشاهدين.
3. أكدت نتائج الدراسة أن مدى رضا المشاهد الأردني عن البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني كان (راضٍ بشكل متوسط).
4. بينت نتائج الدراسة أن درجة ثقة المشاهد الأردني نحو البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني جاءت متوسطة.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات/ مشاهدين، التلفزيون الأردني/ البرامج الدينية

* -باحث في سلك الدكتوراه بمجال الإعلام الإسلامي –كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة محمد الأول–المغرب

E-mail : alida1979@yahoo.com

Abstract:

This study aimed to know the nature of viewers' attitudes towards it, and to know the extent to which Jordanian viewers follow religious programs shown on Jordanian television, and their most important habits and patterns about that. The study also attempted to know the extent of viewers 'confidence and satisfaction with these programs.

This study is a descriptive study, in which the survey method used, and within the survey method, the audience survey sample was used.

The sample consisted of (450) individuals, chosen according to the intentional (intentional) sample method. The study reached a number of results, most notably:

1- The results of the study indicated that the specialized religious programs topped the list of the favourite program forms of the Jordanian viewer in his follow-up on religious topics.

2- The study results show that the Ask the Dhikr program ranked first on the list of the most preferred religious programs for viewers.

3- The results of the study confirmed that the degree of satisfaction of the Jordanian viewer with the religious programs shown on Jordanian television was (moderately satisfied).

4- The results of the study indicated that the degree of confidence of the Jordanian viewer towards the religious programs shown on Jordanian TV was medium.

Key words: Trends, Viewers, Jordanian television, Religious programs.

مقدمة

أسهمت الثورة التكنولوجية التي يشهدها العصر الحالي في تقديم نقلة نوعية في عالم الاتصال الذي يمثل ضرورة من ضروريات الحياة، وتساهم وسائل الاتصال في تعميم المعرفة ونشرها وهي من الوسائل التي تعمل على تبادل الخبرات والمعارف ونشر الثقافة ومد جسور التواصل والصداقة بين أفراد المجتمع الواحد وأفراد المجتمعات المختلفة.

وإن البث الفضائي والتطور التكنولوجي الهائل الذي شهده المجتمع في الآونة الأخيرة أدى إلى زيادة كبيرة في عدد القنوات الفضائية العربية عموماً والأردنية خصوصاً، وتنوع مضامين وأهداف هذه القنوات، إضافةً إلى تنوع البرامج المقدمة فيها، من برامج حوارية وإخبارية، وثقافية، وسياسية، وأخرى ترفيهية.

ومما لا شك فيه أنه هذه القنوات الفضائية حرصت على تقديم المضمون الديني في أشكال مختلفة، تارةً في معلومات دينية، وتارةً أخرى على شكل برامج دينية متخصصة بالموضوعات الدينية، بل إن الكثير من القنوات الفضائية العربية، أصبحت متخصصة بالشأن الديني، وأصبحت تحوز على نسب متابعة ومشاهدة عالية من قبل الجمهور، نظراً لما تقدمه من موضوعات دينية مختلفة ومتنوعة ضمن قوالب وأشكال فنية بغاية الأهمية.

ولعل هذا الأمر أدى إلى زيادة في الوعي الديني، وتوسعه بانتشار الدعوة الإسلامية ، حيث تمكن الكثير من الدعاة عبر القنوات الفضائية الإسلامية المتخصصة وغير المتخصصة من الولوج لمناطق لم يكن من اليسير ولوجها قبل ذلك، فضلا عن إمكانية الدخول إلي كل بيت يضع في أعلاه هذا الطبق اللاقط لإشارات الأقمار الصناعية، وهو ما يبرهن علي مدي أهمية الإعلام، إذ أن الدعوة إلي الله — تعالى- إعلام بشرعه، ودلالة علي دينه ،وهديه، وأمة الإسلام هي امة الدعوة إلي الخير والتداعي إلي الفضل، ومن ثمٍ فان رسالة الإعلام في الإسلام لا تنفك عن الدعوة بحال لأنه في حقيقته بلا غ مبين لحقائق هذا الدين.

إن الذي يطالع وسائل الإعلام سيتضح له أن البرامج الدينية التي تعرض في وسائل الإعلام وخاصة القنوات الفضائية ومنها التلفزيون الأردني، لم تعد مقتصرة على المناسبات الدينية مثل شهر رمضان أو يوم الجمعة، وإنما سيجد هذه البرامج تعرض في أوقات متعددة، وبقوالب مختلفة كالوعظ والفتاوى والإعجاز العلمي وغيرها من القوالب التي تبث على شاشة التلفزيون الأردني.

وتعد البرامج الدينية من البرامج الرئيسية على شاشة التلفزيون الأردني وان كانت نسبتها قليلة، وتتميز هذه البرامج عن غيرها من البرامج من حيث طبيعتها، ومصادرها، واتجاهاتها، وتتنوع من الابتهالات الدينية، والمناسبات الدينية، والفتاوي والحوارات والندوات ذات التوجهات والمرجعيات الدينية المختلفة.

وللبرامج الدينية المعروضة على شاشة التلفزيون الأردني أهدافاً متعددةً ومتنوعةً وهي تسهم في نشر الوعي الديني بين أفراد المجتمع الأردني، من خلال الوظائف الاتصالية التي تحرص على تقديمها إلى الجمهور، والمتمثلة في التوجيه والارشاد والتثقيف، والتوعية الدينية.

وبناءً على السابق سعت الدراسة إلى معرفة اتجاهات المشاهدين الأردنيين نحو البرامج الدينية في التلفزيون الأردني، من خلال معرفة مدى متابعتهم للبرامج الدينية المعروضة على شاشة التلفزيون الأردني، وما هي أهم العادات والأنماط المتبعة في ذلك، إضافةً لمعرفة درجة ثقتهم بهذه البرامج.

ومن خلال النظر إلى البرامج المعروضة على شاشة التلفزيون الأردني، يتضح للمشاهد هشاشة هذه البرامج، وتتخذ نوع البرامج التقليدية في طابعها العام، وحتى برامج الفتاوي يرى أنها تركز على جانب معين من الدين كالطلاق وبعض الأحكام المختصة بالعبادات، ويلاحظ إنها أجوبة سطحية تقتصر في غالب الأحيان على مذهب معين أو ربما على أشخاص معينين وتهمل الكثير من القضايا المحورية والجوهرية التي تهم أفراد المجتمع الأردني بشكل خاص والأمة الإسلامية بشكل عام مما يجعل البرامج الدينية قليلة التأثير في فكر المشاهد. وبناء عليه تتجسد مشكلة الدراسة بمعرفة ما اتجاهات المشاهدين الأردنيين إزاء البرامج الدينية في التلفزيون الأردني وما مدى ثقتهم بهذه البرامج؟

ومن السؤال الرئيس تتفرع مجموعة الأسئلة الفرعية التالية:

1 – ما مدى متابعة المشاهد الأردني للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني؟

2– ما عادات وأنماط متابعة المشاهد الأردني للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني؟

3– ما دوافع متابعة المشاهد الأردني للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني؟

4–ما الموضوعات الدينية المفضلة لدى المشاهدين في متابعته للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني؟

5–ما الأشكال البرامجية المفضلة لدى المشاهدين في متابعته للموضوعات الدينية؟

6–ما البرامج الدينية المفضلة لدى المشاهدين في التلفزيون الأردني؟

7–ما البرامج الدينية المفضلة لدى المشاهدين في التلفزيون الأردني؟

8–ما درجة ثقة المشاهدين بالبرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني؟

9–ما اتجاهات المشاهدين الأردني نحو البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني؟

أهمية الدراسة: يمكن تحديد أهمية الدراسة من جانبين:

الجانب الأول – الأهمية العلمية للدراسة:

- لاحظ الباحث ندرة الدراسات التي تناولت البرامج الدينية في التلفزيون الأردني، فغالبية الدراسات السابقة تناولت البرامج الدينية على القنوات الفضائية العربية، وبناءً عليه تعد هذه الدراسة الأولى (حسب علم الباحث) التي تدرس وتحلل البرامج الدينية في التلفزيون الأردني.

الجانب الثاني– الأهمية العملية للدراسة

- وتكمن في أهمية الموضوع نفسه (البرامج الدينية) التي أصبحت تحتل مساحة كبيرة عبر الفضائيات العربية، من خلال عرضها بمختلف الأشكال والقوالب الفنية، وفي ظل المنافسة الشرسة بين القنوات، خصوصاً بعد انتشار القنوات الفضائية الدينية المتخصصة.
- توفر الدراسة معلومات مهمة عن البرامج الدينية وتفيد الدراسة بالتعرف على مستوى ونوعية البرامج الدينية، وكذلك الوقوف على وظائفها وأهدافها.

أهداف الدراسة:

1 – معرفة مدى متابعة المشاهد الأردني للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني.

2– التعرف إلى عادات وأنماط متابعة المشاهد الأردني للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني.

3–الكشف عن دوافع متابعة المشاهد الأردني للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني.

4-معرفة الموضوعات الدينية المفضلة لدى المشاهدين في متابعته للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني.

5-التعرف إلى الأشكال البرامجية المفضلة لدى المشاهدين في متابعته للموضوعات الدينية.

6-الكشف عن البرامج الدينية المفضلة لدى المشاهدين في التلفزيون الأردني.

7-معرفة البرامج الدينية المفضلة لدى المشاهدين في التلفزيون الأردني.

8-التعرف إلى درجة ثقة المشاهدين بالبرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني.

9-الكشف عن اتجاهات المشاهدين الأردني نحو البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني.

نظرية الدراسة

1.1 نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

شهدت أواخر الستينات والسبعينات ظهور نماذج جديدة لدراسة أثار وسائل الإعلام، التي أصطلح على تسميتها بنظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، إذ تتفق هذه النماذج بأنها تفاعلية تضع جميع العناصر والظروف المتصلة بالعملية الاتصالية في الحُسبان، فيما ترى بأن الوسائل الإعلامية عبارة عن نظم اجتماعية ذات طبيعة بنائية تتفاعل مع النظم الأخرى في المجتمع مراعية بذلك الخصائص النفسية والاجتماعية للجمهور (مكاوي والسيد، 2009، ص317).

سُجِلَت بداية ظهور نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للباحثة ساندرا بول روكيتش
حينما قدمت ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات" عام (1974م) التي أوضحت من خلالها قدرة وسائل الإعلام على خلق المعلومات ومعالجتها ونشرها ليس للجمهور المحلي بل أيضاً الجمهور العالمي (Guthrie Rokeach, 1999, p53)

ليفسر هذا الأنموذج أهمية الاخذ في الحسبان أن العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تختلف من مجتمع لأخر إذ تسيطر بعض المجتمعات على نظامها الإعلامي، بينما تمتلك نظم إعلامية في مجتمعات أخرى السلطة والقدرة على التأثير في المجتمع، وأن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور يختلف أيضاً، لذا نجد في بعض الأحيان تتبع وسائل الأعلام الجمهور وتعكس اراءه وفي احيان اخرى تؤدي وسائل الإعلام دوراً قيادياً وأكثر سيطرة (صالح، 1996، ص28).

وبعد الدراسة والبحث في هذا الأنموذج قدم "ديفلير وروكيتش" عام (1982م) أنموذجاً متكاملاً يبين تأثيرات وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي، فضلاً عن قائمة معقدة من العوامل والمتغيرات التي تؤدي الى التأثيرات المتوقعة للوسائل الاعلامية (253Sandra and Rokeach,1982,p).

ليواصل الباحثان دراستهما في تطوير هذا الأنموذج إذ قدما عام (1982م) أنموذجاً أخر يوضح كيف يؤثر الاعتماد في وسائل الإعلام على الفرد من خلال علاقة الاعتماد بينهما، منطلقاً هذا الأنموذج من أنموذج الادراك العقلي الذي يفترض بوجود ارتباط بين محتوى الوسيلة ودوافع الانتباه كعملية نفسية إدراكية تزيد من احتمال أن يتأثر الفرد بمضامين معينة من خلال الوسائل الاعلامية.

وبما ان هذا الأنموذج هو التحديث الأخير الذي طرأ على النظرية لذا لابد من معرفة التصور الذي يقوم عليه من خلال ما يلي (هلال،2007، ص67) :

1-ازدياد الحاجة الى المعلومات لتعرف على البيئة المحيطة ومجريات الأحداث في المجتمع من الافراد والمجتمعات لتحقيق التسلية والمجالات الحياتية التي ينبغي على الفرد اتخاذ قرارات حاسمة.

2-تعتمد المجتمعات الحديثة في حصولها للمعلومات على الوسائل الاعلامية الحديثة لذلك تتميز بتطور علاقتاها وتداخلها مع بعضها بعضاً، عكس ما كان في المجتمعات التقليدية التي تعتمد على الاتصال الشخصي.

3-أصبح من الضرورة الحصول على المعلومات في مختلف المجالات، لتنوع انتشار وسائل الاعلام مما يتطلب الخروج بالنظرية مع تطبيقها في ظل ظروف الصراع والغموض الكوارث التي تتعرض لها المجتمعات.

4-تبرز الحاجة الى دراسة وسائل الاعلام وتأثير تنوعها وتطورها على علاقات اعتماد الأفراد عليها من اجل الحصول على المعلومات.

ويُعد خروج هذه النظرية من الدوافع الانسانية للمدرسة الاجتماعية، جاءت من منضور استخدام وسائل الاتصال لا يأتي من فراغ ولا بمعزل عن التأثير بالرأي العام الذي تعيش فيه فضلاً عن منطلق قدرة الإعلام يزداد تأثيرها عندما تقوم وظائف الوسائل الاعلامية بأدوارها بكل فعالية واقتدار والمتمثلة في نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف.

إذ لاحظت الباحثة "روكيتش" بأن دقة وشمولية هذه النظرية تجعلها احدى النظريات الاعلامية القلائل التي يمكن أن تساعد في فهم تأثيرات الاعلام واستخداماته.

آثار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

وبحسب اليماني (2014، ص73) فقد وضع (ملفين ديلفير وساندرا بول روكيتش) مجموعة من الآثار تنتج عند اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام وهي:

(1) الآثار المعرفية: ويشمل هذه المكون المعلومات والحقائق ذات الصلة بموضوع الاتجاه ومن هذه الآثار:

- **الغموض**: ترتبط مشكلة الغموض بالآثار المعرفية لوسائل الإعلام، فالغموض عبارة عن مشكلة ناتجة عن نقص في المعلومات، أو معلومات بها صراع وتناقض ويحدث الغموض للجمهور في ظروف التغيرات الاجتماعية والأزمات، والأفراد الذين يعتمدون أكثر على وسائل الإعلام، هم الذين يحاولون الحصول على معلومات بسرعة لإزالة الغموض.
- **تكوين الاتجاه**: من الآثار المعرفية الشائعة للأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام، إنهم يستخدمون معلومات تلم الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع، فضلاً عن دور العوامل الانتقائية في تكوين الاتجاهات.
- **ترتيب الأولويات**: تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة والمشكلات الملحة من بين العديد من القضايا المطروحة في المجتمع
- **اتساع المعتقدات**: تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور، ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى الأسرة والدين والسياسة بما يعكس الاهتمامات الأساسية للأنشطة الاجتماعية.
- **القيم**: وهي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها الأفراد، ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم.

(2) **الآثار العاطفية والوجدانية**: ويمكن التعرف على آثار وسائل الإعلام على الوجدان وقياس هذه الأثار، ولعل أبرزها:

- **الخوف والقلق**: عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث فإنها تثير مشاعر الخوف والقلق لدى جمهور المتلقين.
- **الفتور العاطفي**: يفترض أن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الشعور بالتبلد أو اللامبالاة، فالاستثارة الناتجة عن مشاهدة أعمال العنف تتعرض للنقصان التدريجي وتؤدي إلى الفتور العاطفي.
- **الدعم المعنوي والاغتراب**: إن المجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصالية ومباشرة ورئيسية ترفع الروح المعنوية لدى الأفراد نتيجة للشعور الجمعي والتوحيد والاندماج، خاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد، ويلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات وسائل الإعلام معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته الدينية والعرقية والسياسية.

(3) **الآثار السلوكية**: وتتضمن كل أنواع السلوك والتصرفات التي يتخذها الفرد في حياته، وتنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسين هما:

- **التنشيط:** ويعني قيام الفرد بعمل ما أو نشاط معين نتيجة للتعرض للوسيلة الإعلامية، وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية بالوجدانية.
- **الخمول:** يعني عدم النشاط وتجنب القيام بفعل، وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها تدفع الفرد إلى عدم المشاركة.

المنهجية والإجراءات:

نوع الدراسة ومنهجها:

أ/–**نوع الدراسة:** تعد هذه الدراسة من (الدراسات الوصفية) والتي "تهدف إلى الحصول على وصف دقيق وكامل للمشكلة والتأكد من جمع كل البيانات الضرورية التي تكفل التعرض لها وتحليلها بأكبر درجة ممكنة من الدقة وتفادي حدوث أي تحيز في جمع هذه البيانات حتى تزيد درجة اعتماد النتائج المستخلصة منها وإمكانية انطباقها أو انسحابها على المواقف أو الحالات أو الأمثلة المشابهة" (سمير، 1995، ص 99).

منهج الدراسة

ب/–**منهج الدراسة:** تعتمد هذه الدراسة على (المنهج المسحي) والذي يعد من أنسب المناهج وأفضلها ملائمةً لهذه الدراسة، ويصف أبو إصبع المنهج المسحي بأنه: "يحاول يصور أو يوثق الظروف أو الاتجاهات الحالية، وهذا يعني أن تصف ما هو موجود بهذه اللحظة " (أبو إصبع، 1999، ص165).

ومن خلال المنهج المسحي، اعتمدت الدراسة على –أسلوب مسح الجمهور بالعينة –ويستهدف هذا الأسلوب "التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى مجموعات معينة من الجماهير"(حسين، مرجع سابق، ص13).

وتبعاً لهذا الأسلوب الذي يقع ضمن أساليب المنهج المسحي، تم تصميم استبانة ميدانية من أجل التعرف على اتجاهات وتقييمات المشاهدين الأردنيين للبرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني.

مجتمع الدراسة وعينته:

أ/–**مجتمع الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من جميع أفراد الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية وممن يحملون الجنسية الأردنية وتبلغ أعمارهم فوق (18 عام).

ب/-عينة الدراسة:

طبق الباحث أسلوب العينة العمدية التي " تقوم على اختيار الباحث لمفردات العينة بناءً على خبرته الشخصية وتقييمه الشخصي للخصائص التي يجب توافرها في عينة الدراسة " (زغيب، 2010، ص243) في اختيار (450) مفردة من الجمهور من خلال توزيع الاستبانة على مدينتي اربد وعمان كممثلتين عن محافظات المملكة الأردنية الهاشمية.

ويرجع الباحث أسباب اختيار مفردات العينة بالأسلوب العمدي (القصدي)، للأسباب التالية:

- اختيار أفراد عينة الدراسة ممن أعمارهم فوق (18 عام)، وذلك لقدرتهم على التعامل مع أسئلة الاستبانة بشكل جدي، والإجابة عن الأسئلة المطروحة بشكل علمي وموضوعي.

- عمد الباحث إلى اختيار أفراد العينة المبحوثة ممن يتابعون البرامج الدينية المعروضة على التلفزيون الأردني عمن سواهم، لقدرتهم على التقييم، كما

أن طبيعة بناء عبارات وفقرات الاستبانة موجهة للمشاهدين المتابعين لهذه البرامج.

ويوضح الجدول رقم (1) خصائص أفراد العينة ممن تم توزيع الاستبانة عليهم.

جدول رقم (1) – خصائص أفراد العينة

المتغير الديموغرافي	البدائل	ك	%
النوع الاجتماعي	ذكر	247	54.9
	أنثى	203	45.1
	المجموع	**450**	**100.0**
الحالة الاجتماعية	أعزب	169	37.6
	متزوج	264	58.7
	مطلق	13	2.9
	أرمل	4	0.9
	المجموع	**450**	**100.0**
العمر	من 18-24 عام	64	14.2
	من 25 - 31 عام	77	17.1
	من 32-38 عام	89	19.8
	من 39-45 عام	93	20.7
	أكثر من 45 عام	127	28.2
	المجموع	**450**	**100.0**

الدخل الشهري	أقل من 500 دينار	112	24.9
	من 500 دينار-1000 دينار	178	39.6
	أكثر من 1000 دينار	160	35.5
	المجموع	**450**	**100.0**
المستوى التعليمي	ثانوية عامة فأقل	87	19.3
	بكالوريوس	191	42.4
	دراسات عليا	172	38.2
	المجموع	**450**	**100.0**
مكان السكن	قرية	171	38
	مدينة	279	62
	المجموع	**450**	**100.0**
العمل	أعمل	368	81.8
	لا أعمل	82	18.2
	المجموع	**450**	**100.0**

تشير بيانات الجدول رقم (1) إلى أن أفراد العينة من الذكور شكلوا ما نسبته (54.9%)، أما الإناث فقد شكلوا ما نسبته (45.1%).

كما توضح بيانات الجدول السابق أن مجموع المتزوجون من أفراد العينة المبحوثة شكلوا ما نسبته (58.7%)، بينما شكل العازبون من أفراد العينة المبحوثة ما نسبته (32.6%). أما المطلقون فقد جاءوابنسبة (2.9%)، في حين بلغت نسبة الأرامل (0.9%).

وفيما يتعلق بالفئات العمرية للمبحوثات، فقد جاءت الفئة العمرية (أكثر من 45 عام) بالمرتبة الأولى، وبما نسبته (28.2%)، أما الفئة العمرية (39-45عام)، فقد جاءت في المرتبة الثانية، وبما نسبته (20.7%)، وجاءت الفئة العمرية (32-38 سنة) في المرتبة الثالثة، وبنسبة مقدارها (19.8%)، أما أولئك الذين جاءت أعمارهم بين (25-31 عام)، فقد جاءت في المرتبة الرابعة، وبنسبه مقدارها (17.1%%)، وجاء في المرتبة الأخيرة من تتراوح أعمارهم بين (18-24 عام) وبنسبة مقدارها (14.2%).

أما بخصوص الدخل الشهري لأفراد العينة المبحوثة فقد جاء بالمرتبة الأولى الفئة التي يتروح دخلها ما بين (500 – 1000) دينار، وبما نسبته (39.6%)، وجاء في المرتبة الثانية الفئة التي دخلها الشهري أكثر من (1000 دينار)،

وبنسبه مقدارها (35.5%)، أما أولئك الذين يقل دخلهم الشهري عن (500) دينار فقد جاءوا بالمرتبة الأخيرة، وبنسبة مقدارها (24.9%).

وفيما يتعلق بالمستوى التعليمي لأفراد العينة المبحوثة، فإن من يحملون درجة البكالوريوس جاءوا في المرتبة الأولى، بما نسبته (42.9%)، أما الذين يحملون شهادة الدراسات العليا فقد جاءوا في المرتبة الثانية، بما نسبته (38.2%)، وجاء في المرتبة الثالثة المستوى التعليمي (ثانوية عامة فأقل) بنسبة (19.3%).

وفيما يخص مكان السكن بالنسبة لأفراد العينة المبحوثة، فقد جاء فئة المدينة في المرتبة الأولى وبنسبة مقدارها (62%)، أما من يسكنون القرى فقد جاءوا في المرتبة الثانية والأخيرة بنسبة مقدارها (38%).

أما فيما يتعلق بالعمل، فقد جاء الذين يعملون في المرتبة الأولى وبنسبة مقدارها (81.8%)، أما الذين لا يعملون فقد جاءوا في المرتبة الأخيرة بما نسبته (18.2%).

ومن تحليل هذه النتائج يمكن القول إن أغلبية العينة المبحوثة هم من الذكور المتزوجون الذين يسكنون المدن، وممن يعملون وتتراوح أعمارهم أكثر من 45 عام، سنة ويحملون درجة البكالوريوس، ويتراوح دخلهم الشهري بين (500 -1000) دينار.

أداة الدراسة:

استخدمت الاستبانة كأداة للدراسة، حيث تعتبر من الأدوات قليلة التكاليف وتتناسب مع تنوع العينة في أماكن بعيدة ومتفرقة، كما أن أسئلة الاستبانة غير قابلة للتغيير والتجديد، ويمكن لها أن تجمع بين نوعي الأسئلة المفتوحة والمغلقة، وهو ما يتيح مجالاً أكبر لعينة الدراسة كي تعبر عن نفسها بحرية ووضوح.

وقد قام الباحث بناء على السابق بتصميم استبانة ميدانية 1 تعكس أسئلة الدراسة وأهدافها بدقة، والتي صممت عباراتها وفقراتها بما يتوافق مع الهدف العام المرجو تحقيقه من هذه الدراسة.

ويذكر الباحث أنه قام بتقسيم الاستبانة إلى المحاور التالية:

المحور الأول: يتناول خصائص أفراد العينة ويشمل: (النوع الاجتماعي الحالة الاجتماعية، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي، مكان الإقامة).

المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة الجمهور الأردني للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني.

أما المحور الثالث: تقييم الجمهور الأردني للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني.

وتحدث المحور الرابع عن: اتجاهات الجمهور الأردني إزاء البرامج الدينية في التلفزيون الأردني.

ويوضح الباحث أنه استخدم مقياس ليكرت الثلاثي، وفق الآتي:

- أوافق
- محايد
- لا أوافق

ويبين الباحث تفصيلاً المقياس الذي تم استخدامه في عملية تحديد الاتجاه:

(3-1) = (2)

(2) / (3) = (0.67)

1-1.67 (غير موافق)

1.68-2.33 (محايد)

2.34 – 3 (موافق)

حدود الدراسة: تتكون هذه الدراسة من الحدود التالية:

الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة على مختلف مناطق المملكة الأردنية الهاشمية.

الحدود الزمانية: تم تطبيق هذه الدراسة خلال العام الحالي (2019)

الحدود البشرية: تم تطبيق الدراسة على الجمهور الأردني ممن بلغوا من العمر (18) عام فأكثر، وذلك لقدرتهم ونضجهم في التعامل مع الاستبانة.

إجراءات الصدق والثبات:

أولاً –صدق الأداة:

لجأ الباحث إلى استخدام الصدق الظاهري في هذه الدراسة، حيث يرى عبد الحميد (2004، ص429) أنه "من الخصائص الاساسية والتي يجب ان تتوفر في الاداة صدقها ولذلك يتسم المقياس او الاداة بالصدق متى كان صالحا لتحقيق الهدف الذي اعد من اجله المقياس او اداة جمع البيانات".

وللتأكد من هذه النوعية من الصدق جرى عرض أداة الدراسة (الاستبانة) بصورتها الأولية على (7) من المختصين من ذوي الخبرة في علوم الإعلام والاتصال ومن هم مختصون بمناهج البحث العلمي للحكم على أدوات الدراسة ومدى دقتها وملائمتها والتأكد من أنها تقيس فعلا ما وضعت لقياسه ولإبداء آرائهم في مدى إمكانية تطبيق الأدوات لقياس أهداف الدراسة، وتم الأخذ بملاحظاتهم بعين الاعتبار وتطبيق أداتي الدراسة بشكل نهائي.

ثانياً–ثبات الأداة:

تم إجراء الاتساق الداخلي والذي وصفه الوفائي (1998، ص110) بأنه " يستخرج الباحث مصفوفة للعلاقة بين كل فقرة وأخرى لكي يلاحظ مدى الاتساق بينها ".

ومن خلال البرنامج الإحصائي (SPSS) تم استخراج معامل الثبات كرونباخ ألفا، لمعرفة مدى اتساق وتوافق عبارات الدراسة وفيما يلي توضيحاً لذلك:

جدول رقم (2) معامل كرونباخ ألفا لحساب الثبات لفقرات الدراسة

#	المحور	عدد الفقرات	Cronbach's Alpha
1	دوافع (أسباب) متابعة المشاهدين للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني	8	88.6
3	الاتجاهات الإيجابية للمشاهدين نحو للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني	5	92.7
4	الاتجاهات السلبية للمشاهدين نحو للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني	5	90.1
المجموع الكلي		**18**	**90.5**

يبين الجدول السابق اختبار الثبات لأداة الدراسة الميدانية (الاستبانة)، وقد تم إجراء الثبات بواسطة معادلة كرونباخ ألفا، ويلاحظ من بيانات الجدول رقم (2) ان درجة الثبات الكلي (للأداة) بلغت (90.5) وهي تدل على أن هناك ثباتاً عالياً بين فقرات المحاور، وبالعودة إلى بيانات الجدول السابق نلاحظ أن قيمة الثبات للمحاور تراوحت بين (88.6) – (92.7)، وتفصيلاً تشير بيانات الجدول إلى أن المحور الأول (دوافع (أسباب) متابعة المشاهدين للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني والبالغ عدد فقراته (8) فقرات، بلغ قيمة الثبات له (88.6)، والمحور الثاني (الاتجاهات الإيجابية للمشاهدين نحو البرامج الدينية في التلفزيون الأردني) والذي يبلغ عدد الفقرات فيه (5) فقرات بلغت قيمة الثبات له (92.7)، وفيما يخص المحور الثالث (الاتجاهات السلبية للمشاهدين نحو البرامج الدينية في التلفزيون الأردني) والذي يتكون من (5) عبارات، فقد بلغت قيمة الثبات له (90.1).

الطرق الإحصائية المستخدمة

تم استخدام الطرق الإحصائية التالية بعد أن تم إعادة ترميزها وإدخالها إلى عبر الحاسب الآلي إلى البرنامج الإحصائي SPSS :

1. التكرارات البسيطة والنسب المئوية. لقياس الأسئلة المكونة من بدائل.
2. -المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. لقياس الأسئلة المكونة من فقرات.
3. معامل الثبات كرونباخ ألفا، لحساب قيمة الثبات لأداة الدراسة.

نتائج الدراسة وتحليلها

أولاً – مدى متابعة المشاهد الأردني للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني.

جدول رقم (3) –مدى متابعة المشاهد الأردني للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني.

مدى المتابعة	ك	%
أتابع بشكل كبير	82	18.2
أتابع بشكل متوسط	237	52.7
أتابع بشكل قليل	131	29.1
المجموع	**450**	**100**

تبين بيانات الجدول رقم (3) أن المشاهدين الأردنيين يتابعون البرامج الدينية في التلفزيون الأردني بشكل متوسط، حيث جاءت فئة (أتابع بشكل متوسط) بالمرتبة الأولى بما مجموعه (237) تكراراً، وبما نسبته (52.7%) أما في المرتبة الثانية فقد جاءت الفئة (أتابع بشكل قليل) بما مجموعه (131) مفردة من العينة المبحوثة، وبما نسبته (29.1%)، أما الذين يتابعون بشكل كبير من المشاهدين الأردنيين فقد بلغ مجموعهم (28) مفردة وشكلوا ما نسبته (18.2%).

وبالنظر لبيانات الجدول السابق، يمكن القول أن متابعة المشاهد الأردني للبرامج الدينية على شاشة التلفزيون الأردني يأتي بدرجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى توفر قنوات متخصصة دينية أكثر، تبث برامج على مدار اليوم ومدار الساعة، لا سيما أن البرامج الدينية في التلفزيون الأردني هي برامج غالبيتها أسبوعية.

ثانياً – عادات وأنماط متابعة المشاهد الأردني للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني.

2/1 مدى مشاهدة الجمهور الأردني للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (4) –مدى مشاهدة الجمهور الأردني للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية.

عدد الساعات	ك	%	الدرجة
أقل من ساعة	179	39.8	قليلة
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	224	49.8	متوسطة
ثلاث ساعات فأكثر	47	10.4	كبيرة
المجموع	**450**	**100**	

تشير بيانات الجدول رقم (4) أن ما مجموعه (293) مفردة من العينة المبحوثة من المشاهدين الأردنيين يشاهدون البرامج الدينية (أحياناً) بما نسبته (65.1%)، أما الجمهور الأردني الذين يشاهدون البرامج الدينية (دائماً) فقد بلغ تكرارهم (103) من أفراد العينة المبحوثة وبما نسبته (22.9%)، أما الذين يشاهدون البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية (نادراً) فقد بلغت نسبتهم (12%).

وتعقيباً على النتائج السابقة يمكن القول أن مدى مشاهدة الجمهور الأردني للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية يأتي بشكل متوسط، وهو أمر مقبول ومنطقي.

2/2 عدد الساعات التي يقضيها المشاهد الأردني في متابعة البرامج الدينية.

جدول رقم (5) –عدد الساعات التي يقضيها المشاهد الأردني في متابعة البرامج الدينية

مدى المشاهدة	ك	%
دائماً	103	22.9
أحياناً	293	65.1
نادراً	54	12
المجموع	**450**	**100**

وفيما يتعلق بالوقت الذي يستغرقه المبحوثون في مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أن ما مجموعه (224) مفردة من العينة المبحوثة يشاهدون البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية من ساعة إلى أقل من 3 ساعات وهو ما نسبته (49.8%)، في حين أن ما نسبته (39.8%) من أفراد العينة المبحوثة يقضون أقل من ساعة في مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية وهو ما شكل مجموع (179) تكراراً، أما أولئك الذين يقضون بمشاهدة البرامج الدينية على القنوات الفضائية العربية أكثر من ثلاث ساعات فقد شكلوا ما مجموعه (47) مفردة، بما نسبته (10.4%).

وبالنظر لبيانات الجدول السابق يمكن القول أن غالبية عينة الدراسة تشاهد البرامج الدينية على القنوات التلفزيونية بشكل متوسط وبما معدل (من ساعة – إلى ثلاث ساعات)، ويمكن أن يعزى ذلك إلى وجود وسائل بديلة تعتبر أكثر متعة للمبحوثين وهي مواقع التواصل الاجتماعي مثل "الفيسبوك والواتس اب وتويتر" وغيرها، يتبادلون بها المقاطع الدينية والرسائل والمعلومات.

2/3 عدد أيام الأسبوع التي يقضيها المشاهد الأردني في متابعة البرامج الدينية.

جدول رقم (6) – عدد أيام الأسبوع التي يقضيها المشاهد الأردني في متابعة البرامج الدينية

أيام الأسبوع	ك	%	الدرجة
أقل من يومين	61	13.6	قليلة
يومين إلى أربعة أيام	283	62.9	متوسطة
أربعة أيام فأكثر	106	23.5	قليلة
المجموع	**450**	**100**	

تبين بيانات الجدول رقم (6) أن غالبية أفراد العينة المبحوثة يشاهدون البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية من يومين إلى أربعة أيام، بما مجموعه (283) وهو ما شكل نسبة (62.9%)، أما بالنسبة لمن يشاهدون البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية أربعة أيام فأكثر فقد شكلوا ما مجموعه (106) تكراراً، وما نسبته (23.5%). أما من يشاهدون البرامج الدينية أقل من يومين في الأسبوع، فبلغوا ما مجموعه (61) تكراراً، ونسبة وصلت إلى (13.6%).

ومن خلال الجدول السابق يمكن القول إن غالبية أفراد العينة يشاهدون البرامج الدينية في القنوات الفضائية بمعدل يومين إلى أربعة أيام – وهي نسبة متوسطة تقريباً.

2/4 الفترات المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعة البرامج الدينية.

جدول رقم (7) – الفترات المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعة البرامج الدينية.

الفترات	ك	%
الفترة الصباحية	50	11.1
فترة الظهيرة	73	16.2
الفترة المسائية	327	72.7
المجموع	**450**	**100**

توضح بيانات الجدول رقم (7) أن الفترة المسائية هي الفترة الأكثر تفضيلاً عند أفراد العينة المبحوثة لمتابعة البرامج الدينية، بما مجموعه (327) مفردة وبنسبة مقدارها (72.7%)، وجاءت فترة الظهيرة في المرتبة الثانية وبما نسبته (16.2%)، أما فترة الصباحية فقد جاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة بما نسبته (11.1%).

وبتحليل هذه النتائج يتضح أن أكثر من نصف أفراد العينة المبحوثة يفضلون مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية التلفزيونية بالفترة المسائية، ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن المشاهد بطبيعة الحال يكن أكثر تفرغاً في الفترة المسائية نظراً للانشغال بفترة النهار، كما يمكن أن تفسر هذه النتيجة كون معظم البرامج الدينية تبث في الفترة المسائية.

ثالثاً –دوافع متابعة المشاهد الأردني للبرامج الدينية.

جدول رقم (8) –دوافع متابعة المشاهد الأردني للبرامج الدينية

#	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المرتبة
1	تنوع القضايا المتناولة في البرنامج الدينية	2. 92	1.05	الأولى
2	أسلوب مقدم البرنامج يشكل عنصر جذب في متابعة البرنامج الديني	1.89	1.09	الثامنة
3	لأن غالبية البرامج الدينية تسمح بمشاركة الجمهور لوجهة نظره ورأيه	2.61	1.20	الثالثة
4	تقديم المواد والموضوعات الجديدة بأسلوب عصري حديث	2.81	1.26	الثانية
5	الرغبة في معرفة المزيد الموضوعات الدينية	2.22	1.28	الخامسة
6	تسلط البرامج الدينية الضوء على قضايا لم تتناول من قبل .	2.19	1.32	السادسة
7	المساحة التي تطرحها البرامج الدينية أكبر فيما يخص التوسع بالموضوع	2.40	1.35	الرابعة
8	توفر العناصر المرئية في التلفزيون هو ما يشجع على متابعة ومشاهدة البرامج الدينية	2.12	1.40	السابعة
	المتوسط العام	2.39	1.24	

تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى أن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة المبحوثة فيما يخص "أسباب ودوافع متابعة المشاهد الأردني للبرامج الديني بلغ (2.39).

وبالنسبة لكل عبارة على حدة، توضح بيانات الجدول السابق أن العبارة رقم (1) وهي " تنوع القضايا المتناولة في البرنامج الدينية " حظيت بالمرتبة الأولى على مستوى العبارات بمتوسط حسابي بلغ (2.92) وانحراف معياري قيمته (1.05) ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية استطاعت أن تثبت جدارتها فيما

يخص تنوع المضامين التي تطرحها عبر الكثير من البرامج والحواريات بمساحة أوسع من الوسائل التقليدية، وهو ما يمكن لمسه من خلال العديد من البرامج التي تبث على قناة المجد أو اقرأ وبأشكال وقوالب مختلفة، إذ أنها تعطي مساحة واسعة للموضوعات الدينية. أما في المرتبة الثانية فقد جاءت عبارة رقم (4) وهي: " تقديم المواد والموضوعات الجديدة بأسلوب عصري حديث " بمتوسط حسابي بلغ (2.81) وانحراف معياري قيمته (.261)، ويمكن تفسير حصول هذه العبارة على درجة تأييد عالية كون غالبية البرامج التي تطرح على القنوات الفضائية لا تكتفي فقط بطرح القضايا والمشاكل بشكل تقليدي، بل أنها ومع ظهور القنوات المتخصصة الدينية أصبح هناك عدد من الأساليب الجديدة التي تطرح بها الموضوعات الدينية.

أما العبارة رقم (3) وهي: " لأن غالبية البرامج الدينية تسمح بمشاركة الجمهور لوجهة نظره ورأيه " فقد جاءت في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي قيمته (2.61) وانحراف معياري بلغ (1.20) وتعزى هذه النتيجة إلى رغبة المشاهد الأردني بإبداء بعض المشكلات أو القضايا التي تواجهه وبحاجة لحكم أو فتوى شرعية، أو لرغبة بعض المشاهدين بإبداء وجهات نظرهم وآرائهم حول ما يطرح في البرامج الدينية.

وفي المرتبة الرابعة جاءت العبارة رقم (7) وهي: " المساحة التي تطرحها البرامج الدينية أكبر فيما يخص التوسع بالموضوع "، بمتوسط حسابي بلغ (2.40)، وانحراف معياري قيمته (1.35)، تلتها في المرتبة الخامسة العبارة رقم (5) وهي: " الرغبة في معرفة المزيد الموضوعات الدينية " حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (2.22) والانحراف المعياري (1.28). أما المراتب الثلاث الأخيرة فقد شغلتها العبارات رقم (2) و (6) و (8) على التوالي.

رابعاً–الموضوعات الدينية المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعته للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني.

جدول رقم (9) – الموضوعات الدينية المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعته للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني

#	الموضوعات	ك	%	المرتبة
1	فتاوي شرعية	98	16.9	الثانية
2	قصص دينية	43	7.4	الثامنة
3	وعظ وإرشاد	77	13.3	الرابعة
4	أحكام شرعية	122	21.1	الأولى
5	السيرة النبوية	79	13.6	الثالثة
6	سيرة الصحابة	51	8.8	السابعة
7	السنة النبوية	53	9.2	السادسة

8	العقيدة الاسلامية	54	9.3	الخامسة
9	أخرى تذكر	2	0.4	التاسعة
	المجموع	**579**	**100.0**	

تمكن المبحوثون في هذا السؤال من اختيار أكثر من بديل

تشير بيانات الجدول رقم (9) إلى أن موضوع الأحكام الشرعية تصدر قائمة الموضوعات التي يفضل المشاهد الأردني متابعتها في البرامج الدينية في التلفزيون الأردني، بتكرار بلغ (122) وما نسبته (21.1%)، ويعزى ذلك إلى ظهور الكثير من المواضيع والأمور في مجتمعنا نتيجة الانفتاح على الآخر والتي أصبحت بحاجة إلى حكم شرعي مفصلي، الأمر الذي دفع العينة المبحوثة للاهتمام بالأحكام الشرعية في متابعتهم للبرامج الدينية، أما المرتبة الثانية فقد جاء موضوع "فتاوي شرعية " بما مجموعه (98) تكراراً وما نسبته (16.9%) ويمكن تفسير هذه النتيجة أنها متعلقة بالموضوع السابق، إذ أن الانفتاح المجتمعي والتطور الحاصل أصبح يثير العديد من القضايا التي تكون بحاجة لفتوى شرعية، أما المرتبة الثالثة، فقد جاء بها موضوع "السيرة النبوية" بما مجموعه (79) تكراراً وما نسبته (13.6%).

وتبين نتائج الجدول السابق، أن موضوع الوعظ والارشاد جاء في المرتبة الرابعة بنسبة (13.3%)، تلاه في المرتبة الخامسة موضوع العقيدة الاسلامية بما نسبته (9.3%)، أما المرتبة السادسة فقد شغلها موضوع السنة النبوية بنسبة (9.2%).

أما المواضيع: (سيرة الصحابة، قصص دينية، فئة أخرى) فقد شغلت المراتب الأخيرة من القائمة.

خامسا–الأشكال البرامجية المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعته للموضوعات الدينية

جدول رقم (10) – الأشكال البرامجية المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعته للموضوعات الدينية

تشير بيانات الجدول رقم (10) إلى أن البرامج المتخصصة الدينية تصدرت قائمة الأشكال البرامجية المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعته للموضوعات الدينية، إذ بلغ تكرارها ما مجموعه (183) وبما نسبته (40.7%) ويمكن تفسير هذه النتيجة أن البرامج المتخصصة تستطيع تخصيص مساحة أوسع للموضوعات الدينية لأن الإعداد فيها يكون متخصص وكافة الفقرات فيها معدة حول الموضوعات الدينية، وفي المرتبة الثانية جاءت البرامج التوعية بما مجموعه (94) تكراراً وهو ماشكل نسبة (20.8%) ويعزى ذلك أن غالبية البرامج التوعوية تهتم بمجال التوعية الدينية و تسلط الضوء عليه أكثر من بقية البرامج.

وجاءت البرامج الحوارية في المرتبة الثالثة بتكرار بلغ (64) وبما نسبته (14.2%)، وقد يعود ذلك إلى أن هناك الكثير من البرامج الحوارية التي تتناول الموضوعات الدينية في ظل ما يعيشه المجتمع الحالي من قضايا لابد للدين أن يكون دور فيها سواء، وشغلت البرامج الثقافية والاجتماعية المرتبة الرابعة بما نسبته (11.8%).

#	الأشكال البرامجية	ك	%	المرتبة
1	برامج دينية متخصصة	183	40.7	الأولى
2	برامج حوارية	64	14.2	الثالثة
3	المسلسلات	21	4.7	الخامسة
4	برامج توعوية	94	20.8	الثانية
5	برامج ثقافية واجتماعية	53	11.8	الرابعة
6	مسرحيات	11	2.4	السادسة
7	برامج ترفيهية	21	4.7	الخامسة
8	أخرى تذكر	3	0.7	السابعة
	المجموع	**450**	**100.0**	

أما الأشكال البرامجية (مسلسلات ، البرامج الترفيهية، المسرحيات، وفئة أخرى تذكر) فقد شغلت المراتب الأخيرة من القائمة، وذلك لأن الاهتمام الأكثر بالموضوعات الدينية عادة ما يكون بشكل جدي اكثر في البرامج المتخصصة أو الاجتماعية اكثر منها في الأفلام

والمسرحيات والتي من الممكن أن المشاهد يأخذها كجانب ترفيهي فقط وليست وسيلة معرفية أو توعوية.

سادساً–البرامج الدينية المفضلة لدى المشاهد الأردني في التلفزيون الأردني.

جدول رقم (11) – البرامج الدينية المفضلة لدى المشاهد الأردني في التلفزيون الأردني.

#	البرامج الدينية	ك	%	المرتبة
1	المفتي	112	24.9	الثالثة
2	ومضات إيمانية	104	23.1	الرابعة
3	اسألوا أهل الذكر	118	26.2	الأولى
4	أخبرني عن الاسلام	116	25.8	الثانية
	المجموع	**450**	**100.0**	

توضح بيانات الجدول رقم (11) أن التلفزيون الأردني يقدم أربعة برامج دينية متنوعة، وتشير النتائج إلى برنامج أسألوا أهل الذكر احتل المرتبة الأولى بما مجموعه (118) تكراراً وما نسبته (26.2%)، أما في المرتبة الثانية فقد شغلها برنامج أخبرني عن الاسلام بتكرار بلغ (116) وما نسبته (25.8%)، وجاء برنامج المفتي في المرتبة الثالثة بما مجموعه (112) تكراراً وبنسبة (24.9%)، وتبين بيانات الجدول السابق أن برنامج ومضات إيمانية جاء في المرتبة الرابعة والأخيرة بما مجموعه (102) تكراراً وبنسبة (23.1%).

سابعاً–مدى رضا المشاهد الأردني عن البرامج الدينية المقدمة في التلفزيون الأردني.

جدول رقم (12) – مدى رضا المشاهد الأردني عن البرامج الدينية المقدمة في التلفزيون الأردني.

مدى الرضا	ك	%	المرتبة
راضٍ بشكل كبير	72	16	الرابعة
راضٍ بشكل متوسط	136	30.2	الأولى
راضٍ بشكل قليل	130	28.9	الثانية
غير راضٍ على الإطلاق	112	24.9	الثالثة
المجموع	**450**	**100**	

تؤكد بيانات الجدول رقم (12) أن مدى رضا المشاهد الأردني عن البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني جاءت متنوعة حيث جاءت بالمرتبة الأولى (راضٍ بشكل متوسط)، بما مجموعه (136) تكراراً وما نسبته (30.2%)، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت فئة راضٍ بشكل قليل بتكرار بلغ (130) وما نسبته (28.9%)، أما الذين عبروا عن عدم رضاهم بشكل مطلق عن البرامج الدينية فقد شكلوا ما مجموعه (112) مفردة وما نسبته (24.9%)، أما فئة راضٍ بشكل كبير جاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة بما نسبته (16%).

وبالنظر إلى بيانات الجدول السابق يمكن القول أن رضا المشاهد الأردني عن البرامج الدينية المعروضة على التلفزيون الأردني هو رضا متوسط، وقد يعزى ذلك إلى أن هذه البرامج لم ترقى للمستوى المطلوب في عرضها للقضايا والمشكلات الدينية، خصوصاً في ظل وجود قنوات دينية متخصصة وبرامج دينية على الفضائيات العربية تعتبر أشد منافسة.

ثامناً–درجة ثقة المشاهد الأردني بالبرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني.

جدول رقم (13) – درجة ثقة المشاهد الأردني بالبرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني.

درجة الثقة	ك	%	المرتبة
أثق بشكل كبير	136	30.2	الثانية
أثق بشكل متوسط	141	31.3	الأولى
أثق بشكل قليل	98	21.8	الثالثة
لا أثق على الإطلاق	75	16.7	الرابعة
المجموع	**450**	**100**	

توضح بيانات الجدول رقم (13) أن درجة ثقة المشاهد الأردني نحو البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني جاءت متنوعة حيث جاءت بالمرتبة الأولى (ثقة متوسطة)، بما مجموعه (141) تكراراً وما نسبته (31.3%)، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت فئة أثق بشكل كبير بتكرار بلغ (136) وما نسبته (30.2%)، أما الذين يثقون بشكل قليل فقد شكلوا ما نسبته (21.8%)، ومن لا يثقون على الإطلاق جاءوا في المرتبة الرابعة والأخيرة بما نسبته (16.7%).

وبالنظر إلى بيانات الجدول السابق يمكن القول إن ثقة المشاهد الأردني في البرامج الدينية المعروضة على التلفزيون الأردني هي ثقة متوسطة، وقد يعزى ذلك إلى أن غالبية هذه البرامج تقدم من شخصيات دينية معروفة بالأردن مثل مفتي عام المملكة، وقيادات إعلامية دينية أهلٌ للثقة من قبل المشاهدين الأردنيين.

تاسعاً–اتجاهات المشاهد الأردني نحو البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني

جدول رقم (14) – اتجاهات المشاهد الأردني نحو البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني.

#	الاتجاهات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	الاتجاهات الإيجابية	2.21	.734
2	الاتجاهات السلبية	1.74	.653
	المتوسط العام	**1.98**	**.693**

تشير بيانات الجدول رقم(14) إلى أن المتوسط العام لاتجاهات المشاهدين نحو البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني قد بلغ (1.98) وقيمة الانحراف المعياري (.693).

وتفصيلاً، تبين بيانات الجدول السابق أن الاتجاهات الإيجابية جاءت في المرتبة الأولى وتفوقت على الاتجاهات السلبية، بمتوسط حسابي بلغ (2.21) وانحراف معياري قيمته (.734)، ثم جاءت الاتجاهات السلبية بالمرتبة الثانية والأخيرة بمتوسط حسابي بلغت قيمته (1.74) وانحراف معياري (653.)

9/1 اتجاهات المشاهد الأردني الإيجابية نحو البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني.

جدول رقم (15) – اتجاهات المشاهد الأردني الإيجابية نحو البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني.

#	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	المرتبة
1.	يعطي التلفزيون الأردني اهتماماً خاصاً بالموضوعات الدينية	1.92	.778	محايد	الرابعة
2.	تتماشى الموضوعات المطروحة في البرامج الدينية مع حاجة المشاهدين المعرفية	2.46	.761	موافق	الأولى
3.	تساعد في معرفة وإدراك أبرز المواضيع المطروحة	1.90	.900	محايد	الخامسة
4.	قدرة البرامج الدينية في التلفزيون الأردني على طرح حلول إزاء بعض القضايا	2.38	.719	موافق	الثانية
5.	تطرح البرامج الدينية قضاياها وموضوعاتها بلغة مفهومة لدى المجتمع الأردني.	2.37	.851	موافق	الثالثة
	المتوسط العام	**2.21**	**0.734**	محايد	

توضح بيانات الجدول رقم (15) أن المتوسط العام لاتجاهات المشاهد الأردني الإيجابية نحو البرامج الدينية في التلفزيون الأردني بلغ (2.21) وانحراف معياري مقداره (0.734)، وبمقارنة هذا المتوسط مع مقياس الدراسة، نجد أنه يقع ضمن الاتجاه المحايد.

وعلى مستوى العبارات، نلاحظ من خلال استعراض بيانات الجدول السابق، أن العبارة رقم (2)، وهي " تتماشى الموضوعات المطروحة في البرامج الدينية مع حاجة المشاهدين المعرفية" احتلت المرتبة الأولى على القائمة، بمتوسط حسابي (2.46)، وانحراف معياري مقداره (.761)، وبمقارنة متوسط هذه العبارة مع مقياس أداة الدارسة نجد أنه يقع ضمن اتجاه موافق، وهو ما يشير إلى أن البرامج الدينية المعروضة تهتم ما يحتاجه المشاهد وما يلبي رغباته، وما

يسعى إلى معرفته، وعلى أساس ذلك تختار موضوعاته التي تتناولها في حلقات البرنامج، أما المرتبة الثانية فقد شغلتها عبارة رقم (4) وهي " قدرة البرامج الدينية في التلفزيون الأردني على طرح حلول إزاء بعض القضايا" والتي بلغ متوسطها الحسابي ما مقداره (2.38) وانحراف معياري (.719)، وبمقارنة متوسط هذه العبارة مع مقياس أداة الدارسة نجد أنه يقع ضمن اتجاه موافق، أما عبارة رقم (5) وهي " تطرح البرامج الدينية قضاياها وموضوعاتها بلغة مفهومة لدى المجتمع الأردني."فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (2.37) وانحراف معياري قدره (.851) وبمقارنة متوسط هذه العبارة مع مقياس أداة الدارسة نجد أنه يقع ضمن اتجاه موافق، أما المرتبة الرابعة فقد احتلتها عبارة رقم (1) وهي " يعطي التلفزيون الأردني اهتماماً خاصاً بالموضوعات الدينية" التي بلغ متوسطها الحسابي (1.92) وبمقارنة

متوسط هذه العبارة مع مقياس أداة الدارسة نجد أنه يقع ضمن الاتجاه المحايد، كما توضح النتائج أن العبارة رقم (3) وهي " تساعد في معرفة وإدراك أبرز المواضيع المطروحة " التي جاءت بمتوسط حسابي مقداره (1.90) قد جاءت في المرتبة الخامسة والأخيرة، وبمقارنة

متوسط هذه العبارة مع مقياس أداة الدارسة نجد أنه يقع ضمن الاتجاه المحايد.

9/2 اتجاهات المشاهد الأردني السلبية نحو البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني.

جدول رقم (16) – اتجاهات المشاهد الأردني السلبية نحو البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني.

#	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	المرتبة
1.	تطرح البرامج الدينية في التلفزيون الأردني موضوعات مكررة ومستهلكة	2.23	.819	محايد	الأولى
2.	تفتقر البرامج الدينية في التلفزيون الأردني إلى الجرأة والصراحة في الطرح	1.54	.751	غير موافق	الخامسة
3.	تتصف البرامج الدينية في التلفزيون الأردني في الرتابة بالطرح	1.63	.755	غير موافق	الثالثة

4.	لا تقدم البرامج الدينية في التلفزيون الأردني الموضوعات وفق احتياجات المشاهدين	1.70	.504	محايد	الثانية
5.	ضعف مستوى الآداء المقدم من قبل مقدمي البرامج الدينية	1.59	.778	غير موافق	الرابعة
المتوسط العام		**1.74**	**.653**	محايد	

توضح بيانات الجدول رقم (16) أن المتوسط العام لاتجاهات المشاهد الأردني السلبية نحو البرامج الدينية في التلفزيون الأردني بلغ (1.74) وانحراف معياري مقداره (0.653)، وبمقارنة هذا المتوسط مع مقياس الدراسة، نجد أنه يقع ضمن الاتجاه المحايد.

وعلى مستوى العبارات، نلاحظ من خلال استعراض بيانات الجدول السابق، أن العبارة رقم (1)، وهي " تطرح البرامج الدينية في التلفزيون الأردني موضوعات مكررة ومستهلكة " احتلت المرتبة الأولى على القائمة، بمتوسط حسابي (2.23)، وانحراف معياري مقداره (.819)، وبمقارنة متوسط هذه العبارة مع مقياس أداة الدارسة نجد أنه يقع ضمن الاتجاه المحايد، وهو ما دل على أن اتجاهات المشاهدين السلبية نحو طرح البرامج الدينية لموضوعات مكررة ومستهلكة كانت محايدة ، أما المرتبة الثانية فقد شغلتها عبارة رقم (4) وهي " لا تقدم البرامج الدينية في التلفزيون الأردني الموضوعات وفق احتياجات المشاهدين" والتي بلغ متوسطها الحسابي ما مقداره (1.70) وانحراف معياري (.504)، وبمقارنة متوسط هذه العبارة مع مقياس أداة الدارسة نجد أنه يقع ضمن الاتجاه المحايد، أما عبارة رقم (3) وهي " تتصف البرامج الدينية في التلفزيون الأردني في الرتابة بالطرح."فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (1.63) وانحراف معياري قدره (.755) وبمقارنة متوسط هذه العبارة مع مقياس أداة الدارسة نجد أنه يقع ضمن اتجاه غير موافق، أما المرتبة الرابعة فقد احتلتها عبارة رقم (5) وهي " ضعف مستوى الأداء المقدم من قبل مقدمي البرامج الدينية" التي بلغ متوسطها الحسابي (1.59)، وبمقارنة متوسط هذه العبارة مع مقياس أداة الدارسة نجد أنه يقع ضمن اتجاه غير موافق، كما توضح النتائج أن العبارة رقم (2) وهي " تفتقر البرامج الدينية في التلفزيون الأردني إلى الجرأة والصراحة في الطرح" التي جاءت بمتوسط حسابي مقداره (1.54) قد جاءت في المرتبة الخامسة والأخيرة، وبمقارنة متوسط هذه العبارة مع مقياس أداة الدارسة نجد أنه يقع ضمن اتجاه غير موافق.

نتائج الدراسة:

1. أشارت نتائج الدراسة إلى أن ما نسبته (65.1%) ما يشاهدون البرامج الدينية (أحياناً).
2. أكدت نتائج الدراسة أن ما منسبته (49.8%) من أفراد العينة المبحوثة يشاهدون البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية من ساعة إلى أقل من 3 ساعات.
3. أوضحت نتائج الدراسة أن غالبية أفراد العينة المبحوثة يشاهدون البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية من يومين إلى أربعة أيام.
4. بينت نتائج الدراسة أن الفترة المسائية هي الفترة الأكثر تفضيلاً عند أفراد العينة المبحوثة لمتابعة البرامج الدينية.
5. أكدت نتائج الدراسة أن أهم دوافع متابعة المشاهدين للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني كان "تنوع القضايا المتناولة في البرنامج الدينية ".
6. أوضحت نتائج الدراسة أن موضوع الأحكام الشرعية تصدر قائمة الموضوعات التي يفضل المشاهد الأردني متابعتها في البرامج الدينية في التلفزيون الأردني.
7. أشارت نتائج الدراسة إلى أن البرامج المتخصصة الدينية تصدرت قائمة الأشكال البرامجية المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعته للموضوعات الدينية.
8. تبين نتائج الدراسة أن برنامج أسألوا أهل الذكر احتل المرتبة الأولى على قائمة البرامج الدينية الأكثر تفضيلاً لدى المشاهدين.
9. أكدت نتائج الدراسة أن مدى رضا المشاهد الأردني عن البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني كان (راضٍ بشكل متوسط).
10. بينت نتائج الدراسة أن درجة ثقة المشاهد الأردني نحو البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني جاءت متوسطة.
11. أوضحت نتائج الدراسة تفوق اتجاهات المشاهدين الإيجابية نحو البرامج الدينية المعروضة في التلفزيون الأردني على الاتجاهات السلبية.

التوصيات:

1. استضافة شخصيات مؤثرة دينياً في البرامج الدينية من أجل اقناع المشاهد بقيمة الموضوع المعروض أو المتناول.
2. دعم التلفزيون الأردني بكافة الجوانب، ليدخل السباق الذي تخوضه القنوات الفضائية العربية بالمنافسة في عرض البرامج الدينية، ذلك أنه في ظل ظهور القنوات المتخصصة الدينية أصبح من الضرورة دعم القنوات المحلية لتصبح على مستوى وقدر عالٍ من الأهلية للمنافسة.
3. تخصيص قسم للبرامج الدينية في التلفزيون الأردني كباقي الأقسام يعنى بالشأن الديني، ويستطيع تقديم برامج دينية بأسلوب حديث يتناسب احتياجات الجمهور

154المصادر والمراجع:

أ/ العربية:

1. أبو إصبع، صالح (1999). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان: دار آرام للنشر والتوزيع.
2. حسين، سمير (1995). بحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتب.
3. صالح، أمل (1996). دور الصحف والتليفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الأحداث الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام.
4. عبد الحميد، محمد (2004). تحليل محتوى الإعلام، القاهرة: عالم الكتب.
5. مكاوي، عماد والسيد، ليلى (2009). نظريات الإعلام. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
6. هلال، محمد (2007). دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة القاهرة، كلية الاعلام.
7. الوفائي، محمد (1998). مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، القاهرة: المكتبة الأنجلو مصرية.
8. اليماني، غادة (2014). بحوث ودراسات في الإعلام الصحفي، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

ب/–الأجنبية:

9.Grant, A. E., Guthrie, K. K., & Ball-Rokeach, S. J. , Television shopping a media ، system dependency perspective (*Communication Research*, *18*(6),1991).

10. Melvin L.Defleur and Sandra J, Ball- Rokeach, Theories OF Mass Communication (New York: INC 1982).

صورة المرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر المشاهد الأردني:

"دراسة ميدانية"

The image of women in dubbed dramas in Arab satellite channels from Jordanian viewer perspective: "A survey study"

أ/ أسيل أبوسليم *

الملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة صورة المرأة في الأعمال الدرامية المفضلة من وجهة نظر المشاهد الأردني، وما الأعمال الدرامية الأكثر متابعة، كما سعت هذه الدراسة إلى معرفة أبرز أساليب الجذب في هذه الأعمال، تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية، واعتمدت على المنهج المسحي، واستخدمت الاستبانة كأداة، وتم توزيعها على (150) مفردة وفق أسلوب العينة الحصصية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها :

1. يشاهد الجمهور الأردني الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية بشكل كبير.
2. سيطرت المسلسلات التركية على قائمة نوعية الأعمال المدبلجة التي يفضل الجمهور الأردني متابعتها.
3. إن الحبكة الدرامية وقصة المسلسل هي أكثر الأساليب التي تستخدمها المسلسلات الدرامية المدبلجة لجذب المشاهدين.
4. تعتبر المرأة القوية والشجاعة نمط الصورة للمرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة من وجهة نظر المشاهد الأردني.
5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغير الديموغرافي (النوع الاجتماعي) وبين مستوى متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية لصالح الإناث.
6. توجد علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين مستوى متابعة المشاهدين للأعمال الدرامية المدبلجة وبين صورة المرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة.

الكلمات المفتاحية: صورة المرأة/ الأعمال الدرامية المدبلجة/ القنوات الفضائية العربية/ المشاهد الأردني.

* - طالبة دكتوراه في تكوين اللسانيات والتواصل والترجمة – كلية الآداب والعلوم الإنسانية – جامعة عبد المالك السعدي– المغرب/ **E-mail:** aseelwaleed2019@gmail.com

Abstract:

This study aimed to find the nature women image in favorite dramas from Jordanian viewer perspective, and what are the most dramatic series seen, this study also sought to identify the most prominent methods of attraction in these series, This study belongs to the quality of descriptive studies, based on the survey method, and used the questionnaire as a tool

They were distributed to (150) individual according to the quota sample method. The study reached a number of results, the most important of which are:

1. The Jordanian audience sees dubbed dramas in Arab satellite channels heavily
2. Turkish series dominated the list of dubbed works that the Jordanian audience prefers to see .
3. The dramatic plot and the story of the series are the most used methods of drama series dubbed to attract viewers.
4. Strong and courageous women are the image pattern of women in dubbed dramas from the perspective of the Jordanian viewer.
5. There are statistically significant differences between the demographic variable (gender) and the level of view-up of Jordanian scenes of dramatic dubbed works in Arab satellite channels in favor of females.
6. There is a positive correlation statistically significant between the level of viewers view-up dubbed dramas and the image of women in these dramas.

Key words: The image of women/ in dubbed dramas/ Arab satellite channels

مقدمة

تؤثر وسائل الإعلام الجماهيرية، خاصة التلفزيون، تأثيراً كبيراً في صناعة الصورة الذهنية لدى الآخرين، من خلال ما تقدمه من مواد إعلامية عن أنماط الحياة في المجتمعات المتعددة والمختلفة، حيث تعمل وسائل الإعلام الجماهيرية على نقل الأفراد من عالمهم الضيق والمباشر إلى عوالم أرحب وأوسع، وهي بذلك تعتبر الامتداد الطبيعي لأبصارنا وأسماعنا. وبالرغم من أهمية التجارب الحية والمباشرة في تكوين الآراء والاتجاهات عن الآخرين، إلا أنه لابد من الاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية، إذ تعد القنوات التلفزيونية من أهم وسائل تكوين الصورة الذهنية وصناعتها، وتتراكم هذه الصورة بالتكرار على موضوعات أو قضايا أو اتجاهات بعينها، كما أنها تترسخ وتتحول إلى صورة نمطية مقولبة من الصعب تغييرها على المدى القصير (الطرابيشي، ص12،2004).

تعتبر الدراما التليفزيونية من المواد التي تحظى بمشاهدة واسعة من طرف الجمهور، ويعود هذا الاستقطاب بفعل ما تمتلكه الدراما من القدرة على التأثير في وجدان المشاهدة، ذلك أنها تحاكي الحياة الإنسانية وتعبر عن معاناة الإنسان وتقدم له الحلول في المواقف المختلفة، مما جعلها تستحوذ على مساحة كبيرة من البث البرامجي للتلفزيون.

وإلى وقت قريب كانت الدراما العربية هي اللون الدرامي الذي يستحوذ على مشاهدة الجمهور إلى أن دخلت الدراما المدبلجة كمتغير جديد غزا الفضائيات العربية. والحق أنها أوجدت لنفسها موقعاً مهماً في نسبة المشاهدة لدى شرائح المجتمع بكل أطيافه، وقد مكن لها هذا الحضور كونها تقدم باللهجات التي يفهمونها، وشأنها شأن الألوان الدرامية الأخرى فقد تعرضت الدراما المدبلجة إلى القضايا المختلفة، ولا شك أنها في كل ذلك قد أسهمت في تكوين الاتجاهات و الأفكار و المعتقدات و الصور المختلفة حول الشخصيات الدرامية التي تقدمها بناء على فلسفة القائم على العمل الدرامي (غرابة وقواس، ص2، 2017).

وتأتي المرأة واحدة من الشخصيات التي اتجهت الدراما المدبلجة في السنوات الأخيرة إلى إلقاء الضوء عليها خاصة مع حضورها اللافت، ولئن سوقت الدراما المدبلجة على شاكلة ألوان الدراما العربية صورة مسيئة عن المرأة فإن التساؤلات بشأن طبيعة الصورة التي تهدف إلى ترويجها مختلف وسائل الإعلام ومنها المسلسلات الدرامية على جميع المستويات، وانطلاقاً من هذا جاءت هذه الدراسة لتبحث في الموضوع في إطار هذا الطرح العلمي.

وبناءً عليها جاءت هذه الدراسة بهدف تسليط الضوء على ملامح صورة المرأة المدركة من قبل المشاهد الأردني من خلال الدراما المدبلجة.

مشكلة الدراسة

في ظل ازدياد توجه الدراما المدبلجة إلى المنطقة العربية، وفي ظل ازدياد التنافس الشديد بين قنوات الدراما العربية لتسويق أكبر عدد ممكن من المسلسلات المدبلجة بتنوعها المختلف، سواء كانت هذه المسلسلات تركية، أم هندية، أم مكسيكية، أم كرواتية، أم كورية وغيرها الكثير فقد شكلت المرأة محوراً رئيساً في موضوعات هذه المسلسلات بمختلف قضاياه.

وبناءً عليه تتمثل مشكلة هذه الدراسة في معرفة ملامح صورة المرأة كما رسمتها المسلسلات المدبلجة في قنوات الدراما من وجهة نظر المشاهد الأردني.

ومن خلال ذلك سعت الدراسة إلى الإجابة على مجموعة الأسئلة التالية:

1. ما مستوى متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية؟
2. ما عادات وأنماط متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية؟
3. ما دوافع متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية؟

4. ما مضامين الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر المشاهد الأردني؟

5. ما أساليب جذب المشاهدين للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر المشاهد الأردني؟

6. ما الآثار الناتجة من مشاهدة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية؟

7. ما صورة المرأة كما تعكسها الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر المشاهد الأردني؟

أهمية الدراسة

أ/–الأهمية العلمية للدراسة:

تعد الدراسات الخاصة بمجال صورة المرأة في المسلسلات المدبلجة المتناولة في القنوات الفضائية العربية قليلة، إن لم تكن نادرة إلى حدٍ ما – حسب علم الباحثة –، حيث لاحظت الباحثة أن هناك العديد من الدراسات التي تناولت المسلسلات المدبلجة، لكنها لم تعنى بدراسة ملامح صورة المرأة فيها، وكيف قدمت المرأة خلالها، خصوصاً من وجهة نظر المشاهد الأردني.

ب/–الأهمية العملية للدراسة:

تنبع من أهمية الموضوع نفسه، وهو موضوع المسلسلات المدبلجة التي غزت المنطقة العربية في الآونة الأخيرة، بل أنها تفوقت على كثير من الدراما العربية، وطمستها، وأصبحت هي الأكثر متابعة من قبل جميع فئات المجتمع، لذا نبعت أهمية الدراسة العملية من خلال معرفة ملامح صورة المرأة في المسلسلات المدبلجة التي باتت حديث الساعة في المنطقة العربية عامة، والمجتمع المحلي الأردني خاصة

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة بمعرفة صورة المرأة في الدراما المدبلجة من وجهة نظر المشاهد الأردني، ومن الهدف الرئيسي تتفرع مجموعة الأهداف الفرعية المتمثلة بالتعرف إلى:

1. مستوى متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية.

2. ما عادات وأنماط متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية

3. دوافع متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية.

4. مضامين الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر المشاهد الأردني.

5. أساليب جذب المشاهدين للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر المشاهد الأردني.

6. الآثار الناتجة من مشاهدة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية

7. صورة المرأة كما تعكسها الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر المشاهد الأردني.

فروض الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى اختبار صحة الفروض الإحصائية التالية:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير **النوع الاجتماعي** وبين المتغيرات الرئيسية التالية:

- مستوى متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية.
- صورة المرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر المشاهد الأردني.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية وبين صورة المرأة في هذه الأعمال.

مصطلحات ومفاهيم الدراسة

أ/–الصورة الإعلامية:

يقصد بها مجموعة الصفات والخصائص التي كونها المشاهد الأردني عن المرأة من خلال متابعتهم للأعمال والمسلسلات المدبلجة التي تعرضها قنوات الدراما العربية.

ب/–المسلسلات:

يقصد بها بهذا البحث المسلسلات المدبلجة سواء كانت تركية، أو هندية أو مكسيكية، او كورية، أو كرواتية، والتي تعرض على القنوات العربية المتخصصة بالدراما.

– القنوات الفضائية

ويقصد بها في هذه الدراسة، جميع القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالأعمال الدرامية المختلفة والمنوعة، والتي تبثها باستمرار، سواء كانت عربية أم مدبلجة.

– المشاهد الأردني

ويقصد به الجمهور المتابع للمسلسلات الدرامية المدبلجة.

الإطار النظري للدراسة:

يستند هذا البحث على **نظرية الصورة الذهنية**.

هناك العديد من المناهج الفكرية والبحثية التي تناولت دراسة الصورة، حيث أولى علماء الاجتماع وعلماء النفس المعرفي بالإضافة إلى علماء السياسة والإعلام اهتمامهم لرسم الصورة الذهنية، وقد اهتم كل فريق بدراسة الصورة من زاوية اهتمامهم المعرفي وتخصصهم العلمي، فعلماء النفس ركزوا على الصورة التي ترسم من خلال المدخل النفسي الذي بدوره يركز على العمليات النفسية الخاصة بالانتباه والإدراك وتذكر الصورة. بينما أهتم علماء الاجتماع في دراساتهم على الصورة باعتبار أنها تتكون لدى الفرد من خلال عملية التنشئة الاجتماعية وذلك خلال فترة الخمسينيات والستينيات من القرن المنصرم.

ومن جهة ثانية ساد المدخل المعرفي لدراسة الصورة منذ١٩٦٩تقريباً والذي بدوره يركز على تكوين وتشكيل الصورة من المنظور المعرفي، وقد أكد هذا الاتجاه على أهمية الخبرة المباشرة ووسائل الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي في حين أهتم علماء السياسة بالصورة السياسية المتمثلة في صورة دولة أو حزب أو مرشح (الكحكي:٢٠٠٢).

فقد عرف بولدنج (1996) صورة المرشح بأنها مجموعة الانطباعات الذاتية عن القيم السياسية للمرشح أو عن شخصيته أو قدراته القيادية وتقوم وسائل الإعلام هنا بتكوين الكثير من تلك الانطباعات التي لها أهمية في صناعة القرارات.

تعتبر وسائل الإعلام من أهم الوسائل الفعالة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور في شتى المجالات من خلال ما تقدمه من معلومات وأخبار بالإضافة إلى ما أكده (Maslog) من أن وسائل الإعلام تساعد بشكل كبير في تشكيل الصورة الذهنية عن الأفراد أو الشعوب أو حتى الدول، ومن أهم ما يساعدها في القيام بهذا الدور هو قدرتها على الاستقطاب والإبهار خاصة بعد التطورات الهائلة التي شهدتها تكنولوجيا الاتصال واتساع التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام بمختلف أشكالها لذلك تؤدي وسائل الإعلام وظيفة حيوية للإفراد من خلال مراقبة البيئة المحيطة والمجتمعات عن طريق تزويد النظام الاجتماعي بالمعلومات اللازمة .

ومن خلال ذلك تعد وسائل الإعلام من أهم المصادر الرئيسة للمعلومات، فهي تمد جمهورها بالمضامين الإعلامية التي من خلالها يتم خلق صوراً ذهنية لديهم عن دول العالم المختلف من عرض وجهات النظر والصور والعناوين التي من شأنها أن تؤدي إلى خلق وتدعيم صور ذهنية ليس فقط عن الدول التي تصدر منها ولكن عن كافة الدول، وهذا الدور لوسائل الإعلام يجعلها تؤدي دوراً مهماً في حياة الدول والتعبير عن دورها في الأنظمة السياسية

ومكانتهـــا في الصـــراعات الحضـــارية والثقافيـــة ومواقفهـــا مـــن القضـــايا والمشـــكلات إلى الســـاحة الدولية.

وأكـــدت الـــدكتورة مـــنى الحديـــدي إلى تزايـــد أهميـــة المضـــمون المقـــدم مـــن خـــلال وســـائل الإعـــلام في تكـــوين وتـــدعيم الصـــورة الذهنيـــة وذلـــك نـــاتج عـــن غيـــاب الخـــبرة المباشـــرة أو التجربـــة الشخصـــية، كـــون الفـــرد يضـــطر إلى فهـــم وإدراك الظـــواهر والأشـــياء اعتمـــاداً علـــى الخـــبرات غـــير المباشـــرة مـــن خلال وسائل الإعلام(الحديدي:١٩٧٧)

أكـــد ولبرشـــرام أن حـــوالي ٧٠٪مـــن الصـــورة الـــتي يبنيهـــا الإنســـان لعالمـــه مســـتمدة مـــن وســـائل الاتصـــال، وأن جميـــع تصـــوراتنا للنـــاس والاشـــياء هـــي رهـــن المعلومـــات الـــتي وصـــلتنا عنهـــا، ولا توجـــد وســـيلة فعالـــة أمامنـــا للحصـــول علـــى المعلومـــات ســـوى وســـائل الاتصـــال والإعـــلام المباشـــر والجمـــاهيري. وتخضـــع أبعـــاد عمليـــة تكـــوين الصـــورة وفقـــاً للبعـــد الـــزمني، حيـــث يقـــوم الفـــرد ببنـــاء الصـــورة وفقـــاً لكـــم المعلومـــات الـــتي تـــرد إليـــه، بالإضـــافة لمصـــداقيتها يقـــوم أمـــا باســـتقبالها أو رفضـــها، وبـــذلك يقـــوم الفـــرد بـــالربط بـــين الإحـــداث المعاشـــة والإحـــداث الماضـــية للكشـــف عمـــا إذا كانـــت هنـــاك صـــلة بـــين تلـــك الإحـــداث وبعضـــها لأنـــه في حالـــة عـــدم وجـــود علاقـــة يبـــنى الفـــرد الصـــورة لديـــه للتوافـــق مـــع الـــرأي الجمعـــي للمجتمـــع. والصـــورة الذهنيـــة تتـــأثر بأهميـــة البعـــد المكـــاني ومـــا يمثلـــه مـــن قيمـــة، إذ يبـــني الإنســـان صـــورة حســـنة للامـــاكن المقدســـة الـــتي توافـــق ميولـــه ومعتقداتـــه، ويبـــني صـــورة ســـيئة للامـــاكن الـــتي تنـــافى مـــع قيمـــه وتقاليـــده، كمـــا يبـــني الفـــرد صـــورة إيجابيـــة للـــدول الـــتي تـــرتبط مـــع مجتمعـــه بســـمات مشـــتركة ســـواء مـــن حيـــث الـــدين أو اللغـــة أو التـــاريخ المشـــترك والتقـــدم التقـــني والتكنولـــوجي، والإحـــداث تـــؤثر علـــى طبيعـــة الصـــورة الذهنيـــة حســـب أهميتهـــا للفـــرد والبيئـــة المحيطة به، ويختلف تأثير الإحداث العالمية عن القومية في تكوين وبناء الصورة الذهنية.

إن أهميـــة الصـــورة الذهنيـــة تكمـــن في أنهـــا تتصـــل اتصـــالاً وثيقـــاً بالاتجاهـــات وأنـــواع الســـلوك الـــتي يتعامـــل بهـــا الفـــرد أو الجماعـــة مـــع القضـــايا والموضـــوعات والآخـــرين في الحيـــاة. ومـــن المؤكـــد أن هـــذه الصـــورة ليســـت صـــورة جامـــدة بـــل تتغـــذى بمـــا تقدمـــه وســـائل الإعـــلام وذلـــك عـــن طريـــق الاتصـــال بأنماطـــه المتعـــددة تصـــبح مـــع الإلحـــاح الاتصـــالي وتكـــرار الوســـائل في اتجـــاه معـــين. عمليـــة نمطيـــة مقولبـــة ومنمذجـــة جـــاهزة الصـــنع وهـــي جـــاهزة أيضـــا في ردود أفعالهـــا دون النظـــر إلى التغـــير الفعلـــي تجاه الموضوع أو الشخصية أو الجماعة التي تكونت عنها هذه الصورة المترسخة.

يـــتم توظيـــف النظريـــة عـــن طريـــق معرفـــة صـــورة المـــرأة كمـــا تعكســـها المسلســـلات المدبلجـــة في القنوات الدراما العربية.

الدراسات السابقة

قامت الباحثة بمراجعة كافة الأدبيات والأبحاث المتعلقة بموضوع الدراسة، وتمكن من إدراج الدراسات التالية المتعلقة بموضوع صورة المرأة في المسلسلات والأعمال الدرامية خاصة المدبلجة، والمسلسلات المدبلجة في القنوات العربية.

– الدراسات العربية

1–دراسة حميد (2017) . بعنوان: " أثر مشاهدة المسلسلات الدرامية التلفزيونية التركية في القنوات العربية على قيم الفتاة الجامعية اليمنية ". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة آراء واتجاهات الفتاة الجامعية اليمنية نحو مضامين وأهداف المسلسلات التركية المدبلجة، وما تحمل من قيم اجتماعية ونظرة المجتمع المتلقي لها. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، أما عينة الدراسة فباستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة تم اختيار ما مجموعه (400) طالبة، وكانت أبرز نتائج الدراسة ما يلي:

- مانسبته (49.5%) من أفراد عينة الدراسة تتابع القنوات الفضائية (أحياناً)، تلتها فئة نادراً بما نسبته (30.7%).
- ما نسبته (26.1%) من أفراد عينة الدراسة يفضلون متابعة مسلسل: وادي الذئاب، تلاها في المرتبة الثانية مسلسل نساء حائرات بما نسبته (24.8%).
- ما نسبته (51.8%) من أفراد عينة الدراسة لا يؤثر مشاهدتهم للمسلسلات التركية على التزامهم الديني.

المحتوى القيمي السلبي في المسلسلات التركية تمثل في الخيانة والغدر بنسبة (61.7%)، تليها عبارة الإساءة للتقاليد الاجتماعية بنسبة (56.1%).

2 –دراسة غرابة و قواس (2017) . بعنوان: صورة المرأة المحجبة في الدراما التركية المدبلجة. هدفت هذه الدراسة إلى معرفة صورة المرأة المحجبة في الدراما التركية المدبلجة من خلال مسلسل شارع السلام. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي والذي من خلاله تم استخدام أسلوب تحليل المضمون. واستخدمت الدراسة أسلوب العينة العشوائية في اختيار (12) حلقة من المسلسل. وأظهرت الدراما التركية المرأة المحجبة في أدوار مختلفة، فحصلت ربة البيت على نسبة (33.3%)، وطالبة (22.2%)، وخادمة (22.2%)، كما بينت النتائج أن نسبة القائمات بدور رئيسي ضئيلة جداً مقارنة باللواتي قمت بالأدوار الثانوية، حيث قدر دورها الرئيس ب (11.1%)، والأدوار الثانوية بنسبة (89.8%) . كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الدراما التركية المدبلجة أظهرت المرأة المدبلجة بأنها محدودة الأهداف في الحياة، فأولى أهدافها كان رؤية أبنائها ينعمون بالسعادة في حياتهم بنسبة

(73.4%)، وبينت النتائج تفوق القيم الإيجابية التي تحملها المرأة المحجبة بنسبة (73.5%) مقابل (45.2%) للسلبية.

3-دراسة المصري (2013). بعنوان: أثر المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر المسلسلات المدبلجة المعروضة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني ومعرف مدى وعيهم بخطورة المسلسلات المدبلجة المعروضة في القنوات الفضائية العربية على القيم وإدراك مدى قدرتهم على التمييز بين السلوكيات الإيجابية والسلبية التي تقدم وتعرض في القنوات الفضائية العربية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح، والاستبيان الإلكتروني أداة لجمع البيانات على عينة من طلبة الجامعات والكليات الفلسطينية بلغت (123) مفردة عن طريق أسلوب العينة العشوائية، أكدت نتائج الدراسة على أن مشاهدة المسلسلات المدبلجة لها تأثير سلبي على العديد من القيم المختلفة وخاصة القيم الدينية والروحية، كما كشفت نتائج الدراسة أن المسلسلات المدبلجة المعروضة في القنوات الفضائية تقدم سلوكيات سلبية تنعكس على المشاهدين، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العاطفية من أبرز الموضوعات التي تتناولها المسلسلات المدبلجة .

4-**دراسة الصفار (2012). بعنوان: " اتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتيين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة في القنوات العربية** " هدفت الدراسة إلى معرفة الإشباعات التي تحققها المسلسلات الدرامية المدبلجة لمشاهديها، كذلك التعرف إلى اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة التي تعرض على القنوات التلفزيونية والفضائيات العربية التي تتم مشاهدتها في الكويت. كذلك التعرف إلى أكثر القنوات تفضيلاً في مشاهدة المسلسلات الأجنبية المدبلجة. واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وبأسلوب العينة العشوائية تم اختيار (600) مفردة من الذكور والإناث.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها:

1. أن الإناث لديهن مستويات مشاهدة المسلسلات المدبلجة أكثر من الذكور في دولة الكويت.
2. بالنسبة للإشباعات المتحققة كانت الإناث أكثر تقدماً في هذا المجال من الذكور.
3. كانت الاتجاهات الإيجابية لصالح الإناث نحو المسلسلات المدبلجة أكثر من الذكور.
4. وجود فروق لصالح الجامعات الخاصة في مستويات مشاهدة المسلسلات المدبلجة أكثر من طلبة الجامعات الحكومية.

- الدراسات الأجنبية

1-**دراسة Joshi Kumari& (2015). بعنوان: الصورة النمطية للمرأة في وسائل الإعلام وأُثرها على المراهقين: هدفت** هذه الدراسة لمعرفة اتجاهات تصوير المرأة في وسائل الإعلام المطبوعة والإلكترونية ومعرفة أثر صورة المرأة في وسائط الإعلام على المراهقين، واكتشاف ما إذا كانت الصورة المصورة لها أي علاقة مع الحياة الحقيقية. تنتمي الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية، واعتمدت على المنهج المسحي واستخدمت الاستبانة كأداة للدراسة، وبالنسبة للعينة فتكونت من (100) طالب مراهق، للفئة العمرية من (17 -20 عام)، وكانت مناصفة بين الذكور والإناث. أظهرت نتائج الدراسة أن (80%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن صورة المرأة في وسائل الإعلام، أنها تستخدم في الإعلانات لجذب الزبائن، وأكدت النتائج أن ما نسبته (60%) من أفراد عينة الدراسة أن وسائل الإعلام تركز على جانب المرأة الجمالي (الجسدي) وكونها للجنس.

2-دراسة Quda &Ziani and alrajihi (2014). بعنوان: "الاستخدامات والاشباعات المتحققة من مشاهدة الشباب الأردني والبحريني للمسلسلات والأفلام المدبلجة".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة استخدامات الشباب الأردني والبحريني للمسلسلات المدبلجة والإشباعات المتحققة منها، وتكونت عينة الدراسة من (1500) طالب جامعتي البحرين واليرموك وفق أسلوب العينة العشوائية، أظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين أي ما نسبته (8.6%) يشاهدون المسلسلات والأفلام المدبلجة، وبينت النتائج أن ما نسبته (49.7%) يشاهدون المسلسلات والأفلام المدبلجة من (2-3) ساعة، وأكدت النتائج أن ما نسبته (40.6%) يشاهدون بشكل فردي، و أوضحت النتائج أن التلفزيون هو أكثر وسائل الإعلام مشاهدة فيما يخص المسلسلات والأفلام المدبلجة .

التعليق على الدراسات السابقة

- تشابهت جميع الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية من حيث نوعية الدراسة الوصفية.
- تشابهت جميع الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية من حيث المنهج المستخدم وهو المنهج المسحي.
- تشابهت جميع الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية ما من حيث الأسلوب المتبع وهو الأسلوب الميداني (مسح الجمهور بالعينة)، عدا دراسة (غرابة وقواس، 2017) التي استخدمت أسلوب تحليل المضمون.

- تميزت الدراسة الحالية عن جميع الدراسات السابقة بالموضوع المتناول، إذ أن غالبية الدراسات السابقة إما تناولت الأعمال الدرامية التركية أو صورة المرأة المحجبة، إلا أن هذه الدراسة تميزت بدراسة شاملة لجميع الأعمال الدرامية المدبلجة، ودراسة لملامح صورة المرأة فيها.
- تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة باستخدام نوعية العينة الحصصية، وتوزيعها على ثلاثة أقاليم مختلفة من المملكة الهاشمية.

مدى استفادة الباحثة من الدراسات السابقة.

- تمكنت الباحثة من صياغة مشكلة الدراسة بناءً على ما توصلت إليه الدراسات السابقة.
- استفادت الباحثة من الإطار النظري للدراسات السابقة، ومعرفة النظريات المستخدمة خصوصاً في الدراسات القريبة من موضوع الدراسة.
- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة بوضع الأهداف وصياغة الأسئلة والفروض الإحصائية.
- سيتم تطوير أداة الدراسة (الاستبانة) لاحقاً من خلال مراجعة استبانات الدراسات السابقة ومعرفة مدى الاستفادة منها.
- سيتم مقارنة نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة في الإطار التحليلي للدراسة.

نوعية الدراسة ومنهجها

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي "تستخدم لوصف خصائص الظواهر أو المجموعات محل الدراسة، وتقدير نسب الوحدات التي تقوم بسلوك معين في مجتمع معين " (زغيب، ص90، 2009). أما منهج الدراسة فهو المنهج المسحي، وفي إطاره سيتم اختيار المسح بالعينة وذلك لصعوبة إجراء عملية المسح على كافة أفراد مجتمع الدراسة.

مجتمع الدراسة وعينته

يتكون مجتمع الدراسة من جميع المشاهدين داخل المملكة الأردنية الهاشمية.

وبالنسبة لعينة الدراسة اختارت (150) مفردة من المشاهدين الأردنيين من الأقاليم الثلاث في المملكة باستخدام أسلوب العينة الحصصية.

جدول رقم (1) – خصائص أفراد العينة

المتغير الديموغرافي	البدائل	ك	%
النوع الاجتماعي	ذكر	80	53.3
	أنثى	70	46.7
	المجموع	**150**	**100.0**
الحالة الاجتماعية	أعزب	60	40
	متزوج	73	48.7
	مطلق	12	8
	أرمل	5	3.3
	المجموع	**150**	**100.0**
العمر	من 18-24 عام	12	8
	من 25 - 31 عام	14	9.3
	من 32-38 عام	43	28.7
	من 39-45 عام	42	28
	أكثر من 45 عام	39	26
	المجموع	**150**	**100.0**
المستوى التعليمي	ثانوية عامة فأقل	19	12.7
	بكالوريوس	78	52
	دراسات عليا	53	35.3
	المجموع	**150**	**100.0**

بينت نتائج الدراسة فيما يخص خصائص أفراد عينة الدراسة أن نسبة الذكر بلغت ما نسبته (53.7%)، بينما نسبة الإناث بلغت نسبة (46.7%)، وفيما يتعلق بالحالة الاجتماعية فوضحت النتائج أن فئة متزوج جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (48.7%)، تلتها بالمرتبة الثانية فئة أعزب بنسبة (40%)، أما المطلقون فكانت نسبتهم (8%) وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة أرمل بنسبة (3.3%) .

وفيما يخص العمر، فتشير النتائج إلى أن الفئة العمرية (32-38 عام) حازت على المرتبة الأولى بنسبة (28.7%)، تلتها بالمرتبة الثانية الفئة العمرية (39-45 عام) بنسبة (28%)، أما المرتبة الثالثة فقد جاءت فئة (أكثر من 45 عام) بما نسبته (26%)، أما فئة

(25-31 عـام) جـاءت بالمرتبـة الرابعـة بنسـبة (9.3%)، وفي المرتبـة الأخـيرة جـاءت فئـة (8-24عام) بنسبة (8%) .

أمـا المسـتوى التعليمـي، فقـد احتلـت فئـة بكـالوريوس المرتبـة الأولى بنسـبة (52%)، تلتهـا بالمرتبـة الثانيـة دراسـات عليـا بنسـبة (35.3%)، أمـا فئـة ثانويـة عامـة فأقـل فقـد جـاءت بالمرتبـة الأخـيرة بنسبة (12.7%) .

أداة الدراسة

تعتـبر الاسـتبانة هـي أداة الدراسـة المسـتخدمة، وهـي "نمـوذج مقابلـة تحريريـة مـع عينـة البحـث يتـولى فيهـا أفرادهـا قراءتهـا والتفاعـل معهـا لإعطـاء الجـواب الأنسـب لهـم " (الحيـزان، ص97، 2010) .

محاور الدراسة

تقسم الاستبانة إلى المحاور التالية:

المحـــور الأول: عـادات وأنمـاط مشـاهدة الأسـرة الأردنيـة للمسلسـلات المدبلجـة في قنـوات الدراما العربية .

المحور الثاني: الآثار الناتجة من مشاهدة المسلسلات المدبلجة في قنوات الدراما العربية.

المحـــور الثالـــث: صـورة المـرأة كمـا تعكسـها المسلسـلات المدبلجـة في قنـوات الـدراما العربيـة لدى الأسرة الأردنية.

مقياس أداة الدراسة

سيتم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي، وفق الآتي: موافق / محايد / غير موافق

حدود الدراسة

تتكون الدراسة من الحدود التالية:

الحدود المكانية: سيجري توزيع الاستبانة داخل محافظات المملكة الأردنية الهاشمية.

الحدود الزمانية: سيتم إجراء الدراسة خلال الأعوام (2019، 2020، 2021)

الحدود البشرية: سيتم توزيع الاستبانة على الأسر الأردنية.

إجراءات الصدق والثبات

أولاً – الصدق

سـتقوم الباحثـة بعـرض أداة الدراسـة علـى (3) محكمـين مـن أهـل الخـبرة والاختصـاص ومـن هـم ملمـين بموضـوع البحـث، مـن أجـل الحكـم علـى أداة الدراسـة مـن حيـث الشـكل والمضـمون، ومن أجل إبداء الملاحظات والتعديلات التي من هدفها وشأنها أن تقوّم وتجوّد الاستبانة.

ثانياً – الثبات

من أجل معرفة درجة الثبات في أسئلة وعبارات الدراسة، استخدمت الباحثة طريقة الاتساق الداخلي لتصل إلى ثبات مقداره (89.5%).

الأساليب الإحصائية

ستلجأ الباحثة إلى استخدام عدد من الأساليب الإحصائية من خلال برنامج SPSS من أجل الحصول على البيانات اللازمة، وهذه الأساليب هي:

1. التكرارات والنسب المئوية.
2. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
4. اختبار T-TEST.
5. اختبار بيرسون لقياس شدة الثبات بين متغيرات الدراسة الرئيسية.
6. معامل الثبات كرونباخ ألفا، لقياس الثبات في أسئلة العبارات والفقرات.
7. معامل الثبات بيرسون، لقياس الثبات في الأسئلة ذات البدائل.

نتائج الدراسة ومناقشتها

أولاً –مستوى متابعة لجمهور الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (2) –مستوى متابعة الجمهور الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية.

مستوى المشاهدة	ك	%
أتابع بشكل كبير	60	40
أتابع بشكل متوسط	57	38
أتابع بشكل قليل	33	22
المجموع	**150**	**100**

تبين بيانات الجدول رقم (2) أن الجمهور الأردني يشاهد الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية بشكل كبير، حيث جاءت فئة (أتابع بشكل كبير) بالمرتبة الأولى بما مجموعه (60) تكراراً، وبما نسبته (40%) أما في المرتبة الثانية فقد جاءت الفئة (أتابع بشكل متوسط) بما مجموعه (57) مفردة من العينة المبحوثة، وبما نسبته (38%)، أما الذين يتابعون بشكل قليل من المشاهدين الأردنيين فقد بلغ مجموعهم (33) مفردة وشكلوا ما نسبته (22%).

وبالنظر لبيانات الجدول السابق، يمكن القول إن الجمهور الأردني يتابع الأعمال الدرامية بشكل كبير، ويعزى ذلك إلى الأعمال المدبلجة العديدة والمتنوعة والغزيرة، والتي تعرض على مدار اليوم ومدار الساعة، لا سيما مع ظهور بعض القنوات المتخصصة بالمسلسلات المدبلجة.

ثانياً – عادات وأنماط متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية

2/1 عدد الساعات التي يقضيها المشاهد الأردني يومياً في متابعة الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية

عدد الساعات	ك	%	الدرجة
أقل من ساعة	7	4.7	قليلة
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	75	50	متوسطة
ثلاث ساعات فأكثر	68	45.3	كبيرة
المجموع	**150**	**100**	

عدد الساعات	ك	%	الدرجة
أقل من ساعة	7	4.7	قليلة
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	75	50	متوسطة
ثلاث ساعات فأكثر	68	45.3	كبيرة
المجموع	**150**	**100**	

جدول رقم (3) عدد الساعات التي يقضيها المشاهد الأردني يومياً في متابعة الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية:

وفيما يتعلق بالوقت الذي يستغرقه المبحوثون في مشاهدة الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية، تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى أن ما مجموعه (75) مفردة من العينة المبحوثة يشاهدون الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية من ساعة إلى أقل من 3 ساعات وهو ما نسبته (50%)، في حين أن ما نسبته (45.3%) من أفراد العينة المبحوثة يقضون ثلاث ساعات فأكثر في مشاهدة الأعمال الدرامية وهو ما شكل مجموع (68) تكراراً، أما أولئك الذين يقضون بمشاهدة الأعمال الدرامية المدبلجة على القنوات الفضائية العربية أقل من ساعة فقد شكلوا مامجموعه (7) مفردات، وبما نسبته (4.7%) .

وبالنظر لبيانات الجدول السابق يمكن القول أن غالبية عينة الدراسة تشاهد الأعمال الدرامية المدبلجة على القنوات التلفزيونية بشكل متوسط وبما معدله (من ساعة – إلى ثلاث

ساعات)، ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن مدة المسلسل الواحد هي ساعة تلفزيونية فقط، وبالتالي يمكن للجمهور الأردني أن يتابع من مسلسلين إلى ثلاثة في اليوم.

2/2 الفترات المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعة الأعمال الدرامية المدبلجة.

جدول رقم (4) – الفترات المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعة الأعمال الدرامية المدبلجة

الفترات	ك	%
الفترة الصباحية	3	2
فترة الظهيرة	60	40
الفترة المسائية	87	58
المجموع	**150**	**100**

توضح بيانات الجدول رقم (4) أن الفترة المسائية هي الفترة الأكثر تفضيلاً عند أفراد العينة المبحوثة لمتابعة الأعمال الدرامية المدبلجة، بما مجموعه (87) مفردة وبنسبة مقدارها (58%)، وجاءت فترة الظهيرة في المرتبة الثانية وبما نسبته (40%)، أما فترة الصباحية فقد جاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة بما نسبته (2%).

وبتحليل هذه النتائج يتضح أن أكثر من نصف أفراد العينة المبحوثة يفضلون مشاهدة الأعمال الدرامية في القنوات الفضائية التلفزيونية بالفترة المسائية، ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن المشاهد بطبيعة الحال يكن أكثر تفرغاً في الفترة المسائية نظراً للانشغال بفترة النهار، كما يمكن أن تفسر هذه النتيجة كون معظم الأعمال الدرامية المدبلجة تبث في الفترة المسائية.

2/3 القنوات العربية المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعة الأعمال المدبلجة

جدول رقم (5) – القنوات العربية المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعة الأعمال المدبلجة

#	القناة	ك	%	المرتبة
1	قناة LBCالفضائية	38	16.4	الثانية
2	قناة LDCالفضائية	37	15.9	الثالثة
3	مجموعة MBC قنوات	43	18.5	الأولى
4	MBC	36	15.5	الرابعة
5	ZEE	24	10.4	السادسة
6	قنوات أبو ظبي	25	10.8	الخامسة

7	قنوات CBC	24	10.4	السادسة
	أخرى تذكر	5	2.2	السابعة
	المجموع	232	100.0	

- **تمكن المبحوثون في هذا السؤال من اختيار أكثر من بديل**

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أن مجموعة قنوات MBC سيطرت على قائمة القنوات العربية المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعة الأعمال الدرامية المدبلجة حيث بلغت نسبتها (18.5%)، أما المرتبة الثانية فقد جاءت قناة LBC الفضائية بما نسبته (16.4%)، أما المرتبة الثالثة فكانت القناة اللبنانية LDC بنسبة (15.9%)، تلتها في المرتبة الرابعة مجموعة قنوات MBC MASAR بما نسبته (15.5%) .

بينما شغلت قنوات أبو ظبي المرتبة الخامسة بنسبة وصلت إلى (10.8%)، وتساوت قناتي ALWAN ZEEوقنوات CBC بالمرتبة السادسة بنسبة (10.4%) لكل منهما، بينما جاءت فئة أخرى تذكر في المرتبة الأخيرة بنسبة (2.2%)، وقد ذكرها أفراد العينة بأنها قنوات (شو تي في، تايم تركي، سي ار تي، بلاي حكايات، حريم السلطان).

2/3 -نوعية الأعمال المدبلجة التي يفضل المشاهد الأردني متابعتها عبر القنوات الفضائية العربية

جدول رقم (6) – نوعية الأعمال المدبلجة التي يفضل المشاهد الأردني متابعتها عبر القنوات الفضائية العربية

#	نوعية الأعمال المدبلجة	ك	%	المرتبة
1	المسلسلات التركية المدبلجة	83	39	الأولى
2	المسلسلات الهندية المدبلجة	70	32.9	الثانية
3	المسلسلات الكورية المدبلجة	21	9.9	الرابعة
4	المسلسلات الكرواتية المدبلجة	6	2.8	الخامسة
5	المسلسلات المكسيكية	29	13.6	الثالثة
6	المسلسلات البرازيلية المدبلجة	4	1.8	السادسة
	المجموع	213	100	

- **تمكن المبحوثون في هذا السؤال من اختيار أكثر من بديل**

توضح بيانات الجدول رقم (6) أن المسلسلات التركية تسيطر على قائمة نوعية الأعمال المدبلجة التي يفضل الجمهور الأردني متابعتها، حيث احتلت المرتبة الأولى بما نسبته (39%)، تلتها في المرتبة الثانية المسلسلات الهندية بنسبة وصلت إلى (32.9%)، بينما شغلت المسلسلات المكسيكية المرتبة الثالثة بما نسبته (13.6%)، أما المرتبة الرابعة فقد احتلتها المسلسلات الكورية بنسبة (9.9%)، وفيما يخص المسلسلات الكرواتية والبرازيلية فاحتلت مراتب متدنية من القائمة لم تصل نسبة أي منها إلى (5%) .

وترى الباحثة سبب اهتمام المشاهدين بالأعمال التركية أكثر من غيرها، نظراً لأن طبيعة هذه الأعمال مختلفة إلى حدٍ ما عن غيرها، من حيث الحبكة الفنية، طبيعة قصة المسلسل والسيناريو، جمال الأبطال، اللهجة المدبلجة إليها، وإبراز معالم الجمال في تركيا وغيرها من الخصائص التي جعلت الأعمال التركية تتفوق على نظيراتها من الأعمال الأخرى المدبلجة.

ثالثاً –دوافع متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة.

جدول رقم (7) –دوافع متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة

#	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المرتبة
.1	أشاهد المسلسلات المدبلجة لملء وقت الفراغ	2.61	1.20	الثانية
.2	بعض المسلسلات تحتوي على قيم وعادات قريبة من العادات العربية	1.63	.755	السابعة
.3	تعد المسلسلات المدبلجة جذابة من وجهة نظري	2.22	1.28	الرابعة
.4	أرى أن هذه المسلسلات تحتوي على موضوعات متنوعة ومشاهد مثيرة وغير مألوفة لدي.	.812	1.26	الأولى
.5	تناسب هذه المسلسلات ميولي واتجاهاتي	.122	1.40	السادسة
.6	بسبب الملل من المسلسلات العربية التي أصبحت تتسم بالتكرار غالباً.	2.40	1.35	الثالثة
.7	تعالج قضايا مجتمعية وأسرية هامة	1.54	.751	الثامنة
.8	عرفتني بعادات وتقاليد البلدان الأخرى	.192	1.32	الخامسة
	المتوسط العام	**2.19**	**1.16**	

تبين نتائج الدراسة أن المتوسط العام لأجوبة أفراد العينة حول دوافع متابعتهم للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية قد بلغ (2.19) وبمقارنة هذا المتوسط مع مقياس الدراسة نجد أنه يقع ضمن الاتجاه المحايد، وبإعادة النظر لبيانات الجدول السابق

نلاحظ أن عبارة " أرى أن هذه المسلسلات تحتوي على موضوعات متنوعة ومشاهد مثيرة وغير مألوفة لدي" احتلت المرتبة الأولى على قائمة الدوافع بمتوسط حسابي مقداره (2.81)، أما المرتبة الثانية فقد شغلتها عبارة " أشاهد المسلسلات المدبلجة لملء وقت الفراغ" بمتوسط حسابي بلغ (2.61)، أما عبارة " بسبب الملل من المسلسلات العربية التي أصبحت تتسم بالتكرار غالباً " فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي مقداره (2.40)، بينما احتل دافع " تعد المسلسلات المدبلجة جذابة من وجهة نظري" المرتبة الرابعة بمتوسط بلغ (2.22)، أما المرتبة الخامسة فقد شغلتها عبارة عرفتني بعادات وتقاليد البلدان الأخرى" بمتوسط حسابي مقدراه (2.19)، بينما شغلت العبارات الأخرى مراتب متدنية من القائمة .

ويمكن تفسير النتيجة السابقة بأن المشاهد الأردني يبحث عن التنوع في المسلسلات المدبلجة، ويجذبه فيها اتسامها بالمشاهد غير المألوفة والتي لم يسبق له مشاهدتها في الاعمال الدرامية العربية، إذ أن المسلسل المدبلج الواحد من الممكن أن يحتوي على أكثر من قصة وهو ما يجعلها المفضلة لدى المشاهد الأردني.

رابعاً–المضامين المسيطرة على الأعمال الدرامية المدبلجة

جدول رقم (8) المضامين المسيطرة على الأعمال الدرامية المدبلجة

#	مضامين الأعمال المدبلجة	ك	%	المرتبة
1	العلاقات العاطفية	88	21.2	الأولى
2	العلاقات الأسرية	15	3.6	التاسعة
3	علاقات الصداقة	16	3.7	الثامنة
4	العلاقات غير الشرعية والمحرمة	74	17.8	الثانية
5	العنف واستسهال القتل	26	6.3	السادسة
6	التفكك الأسري	24	5.8	السابعة
7	الخيانة الزوجية	72	17.3	الثالثة
8	التحرر	69	16.6	الرابعة
9	المساواة بين الرجل والمرأة	32	7.7	الخامسة
	المجموع	**416**	**100**	

- **تمكن المبحوثون في هذا السؤال من اختيار أكثر من بديل**

تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى أن العلاقات العاطفية احتلت المرتبة الأولى على قائمة المضامين المسيطرة على الأعمال الدرامية المدبلجة، بنسبة (21.2%)، بينما احتلت المرتبة الثانية العلاقات غير الشرعية والمحرمة بما نسبته (17.8%)، أما الخيانة الزوجية فقد شغلت المرتبة الثالثة بنسبة وصلت إلى (17.3%)، أما التحرر فقد جاء بالمرتبة الرابعة بنسبة (16.6%)، بينما شغل مضمون المساواة بين الرجل والمرأة المرتبة الخامسة بنسبة (7.7%)، أما المرتبة السادسة فقد احتلها مضمون العنف واستسهال القتل بنسبة (6.3%)، واحتل مضمون التفكك الأسري المرتبة السابعة بنسبة (5.8%)، بينما شغلت العلاقات الأسرية وعلاقات الصداقة مراتب متأخرة من القائمة لم تصل نسبة أي منها إلى (5%) .

ويمكن تفسير ارتفاع نسبة العلاقات العاطفية والعلاقات غير الشرعية والمحرمة إلى أن غالبية المسلسلات الدرامية المدبلجة تدور حول قصة حب عاطفية وغرامية، وتكون هي المحور الرئيس فيها، كذلك بات من الطبيعي عرض المشاهد الحميمية فيها، واستسهال العلاقات غير الشرعية.

خامساً –الأساليب التي تستخدمها المسلسلات المدبلجة لجذب المشاهدين:

جدول رقم (9) الأساليب التي تستخدمها المسلسلات المدبلجة لجذب المشاهدين:

- **تمكن المبحوثون في هذا السؤال من اختيار أكثر من بديل**

#	أساليب الجذب	ك	%	المرتبة
1	قوة الإخراج التلفزيوني لهذه المسلسلات	51	15.7	الثانية
2	جمالية الأماكن التي تظهر في المشاهد	30	9.3	السادسة
3	جمال الممثلين وجاذبيتهم	33	10.2	الخامسة
4	الحبكة الدرامية وقصة المسلسل	54	16.7	الأولى
5	اللهجة التي تتدبلج لها	43	13.3	الرابعة
6	تنوع أحداث المسلسل	46	14.2	الثالثة
7	المبالغة في الرومانسية وإظهار المشاعر	26	8	السابعة
8	إظهار الثراء والغنى الفاحش	19	5.9	التاسعة
9	إظهار الملابس والأزياء الجميلة	22	6.7	الثامنة
	المجموع	**324**	**100**	

تبين بيانات الجدول رقم (9) أن الحبكة الدرامية وقصة المسلسل هي أكثر الأساليب التي تستخدمها المسلسلات الدرامية المدبلجة لجذب المشاهدين، حيث احتلت المرتبة الأولى بما نسبته (16.7%)، أما المرتبة الثانية فقد جاء أسلوب (قوة الإخراج التلفزيوني لهذه المسلسلات) بنسبة مئوية وصلت إلى (15.7%)، تلتها في المرتبة الثالثة (تنوع أحداث المسلسل) بنسبة (14.2%)، أما المرتبة الرابعة فقد جاءت (اللهجة التي تتدبلج إليها) بما نسبته (13.3%)، أما (جمال الممثلين وجاذبيتهم) فقد شغل المرتبة الخامسة بنسبة (10.2%)، وقد جاء أسلوب (جمالية الأماكن التي تظهر في المشاهد) بالمرتبة السادسة بنسبة (9.3%)، أما المبالغة في الرومانسية وإظهار المشاعر فقد جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة (8%)، أما إظهار الغنى الفاحش والملابس والأزياء الجميلة فقد احتلت مراتب متأخرة من القائمة .

ويمكن تفسير النتيجة السابقة بأن الأعمال الدرامية المدبلجة، تحمل دائماً حبكة درامية مثيرة وجذابة، تختلف فيها عن النمط المعتاد في الأعمال الدرامية العربية، وهذه القوة في الحبكة هي التي شدت انتباه الجمهور إليها، بل وخلقت قطاع واسع من الجماهير لهذه الأعمال.

سادساً – الآثار الناتجة من مشاهدة الجمهور الأردني للمسلسلات الدرامية المدبلجة.

جدول رقم (10) –الآثار الناتجة من مشاهدة الجمهور الأردني للمسلسلات الدرامية المدبلجة

#	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المرتبة
1.	ساهمت هذه المسلسلات في التفكك الأسري، نظراً لأنها كانت تستهدف الأسرة بشكل أولي.	2.41	0.789	الثالثة
2.	نشرت هذه المسلسلات نمط الحياة الغربية في البلدان العربية.	1.54	1.32	التاسعة
4.	جعلت تفكير المشاهدين سطحي إلى حد ما.	1.66	1.26	الثامنة
5.	ساهمت هذه المسلسلات وبشكل كبير في إضعاف الدين.	2.38	.901	الرابعة
6.	لعبت هذه المسلسلات دوراً كبيراً في نشر قيم غير موجودة في مجتمعاتنا المحافظة مثل الاستقلال عن الأهل والمساكنة	2.56	.761	الأولى
7.	انتشار حالات طلاق بشكل غير عادي	2.46	.778	الثانية
8.	إضاعة الوقت في متابعة هذه المسلسلات	1.16	1.35	العاشرة
9.	ساهمت هذه المسلسلات في الترويج للسياحة لبلدانها بشكل ملحوظ	2.18	1.20	السابعة
10.	انتشار أسماء مواليد في الوطن العربي تطابقاً لأسماء أبطال المسلسلات.	2.36	1.04	الخامسة
11	إنتشار العنف الأسري بشكل كبير	2.24	1.06	السادسة
	المتوسط العام	**2.61**	**1.30**	

تبين بيانات الجدول رقم (10) أن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة حول الآثار الناتجة من مشاهدة الجمهور الأردني للمسلسلات الدرامية المدبلجة بلغ (2.61) وبمقارنة هذا المتوسط مع المعيار العام للدراسة نجد أنه يقع ضمن اتجاه موافق.

وبالنسبة لكل عبارة على حدة، فتوضح النتائج أن عبارة " لعبت هذه المسلسلات دوراً كبيراً في نشر قيم غير موجودة في مجتمعاتنا المحافظة مثل الاستقلال عن الأهل والمساكنة " احتلت المرتبة الاولى بمتوسط حسابي مقداره (2.56)، أما المرتبة الثانية فقد شغلتها عبارة " انتشار حالات طلاق بشكل غير عادي" بمتوسط حسابي بلغ (2.46)، أما المرتبة الثالثة فقد جاءت بها عبارة " ساهمت هذه المسلسلات في التفكك الأسري، نظراً لأنها كانت

تستهدف الأسرة بشكل أولي " بمتوسط حسابي مقداره (2.41)، اما عبارة " ساهمت هذه المسلسلات وبشكل كبير في إضعاف الدين " قد جاءت بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (2.38)، أما عبارة " انتشار أسماء مواليد في الوطن العربي تطابقاً لأسماء أبطال المسلسلات" فقد احتلت المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي مقداره (2.36) .

سابعاً –صورة المرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة من وجهة نظر المشاهد الأردني:

جدول رقم (11) –صورة المرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة من وجهة نظر المشاهد الأردني

#	صورة المرأة	ك	%	المرتبة
1	المرأة المتمردة على الرجل	46	10.8	الخامسة
2	المرأة القوية والشجاعة	58	13.6 66	الأولى
3	المرأة المستقلة	55	12.9	الثانية
4	المرأة الضعيفة	21	4.9	التاسعة
5	المرأة الخائنة	31	7.3	السادسة
6	المرأة المطيعة	14	3.3	العاشرة
7	المرأة المتحررة	48	11.3	الرابعة
8	المرأة المهمشة	27	6.3	السابعة
9	المرأة المبادرة والمؤثرة	55	12.9	الثانية
10	المرأة الضحية	22	5.2	الثامنة
11	المرأة المثقفة	49	11.5	الثالثة
	المجموع	**426**	**100**	

- **تمكن المبحوثون في هذا السؤال من اختيار أكثر من بديل**

توضح بيانات الجدول رقم (11) أن المرأة القوية والشجاعة جاءت بالمرتبة الأولى على قائمة صورة المرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة بنسبة (13.6%)، أما المرتبة الثانية فقد تساوت بها صورة المرأة المستقلة و المبادرة والمؤثرة بنسبة (12.9%) لكل منهما، أما المرأة المثقفة فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (11.5%)، أما المرتبة الرابعة فقد شغلتها صورة المرأة المتحررة بما نسبته (11.3%)، أما صورة المرأة المتمردة على الرجل فقد احتلت المرتبة الخامسة بنسبة (10.8%)، أما المرأة الخائنة فقد جاءت بالمرتبة السادسة بنسبة (7.3%)، أما المرتبة السابعة فقد احتلتها المرأة المهمشة (6.3%)، أما المرأة الضحية فقد شغلت المرتبة الثامنة بنسبة (5.2%)، أما صورة المرأة الضعيفة والمطيعة فقد احتلت مراتب متأخرة من القائمة لم تتجاوز نسبة أي منها (5%) .

وبحسب النتيجة السابقة، فإن الطابع العام لصورة المرأة المهيمنة في الأعمال الدرامية المدبلجة كانت المرأة القوية بشكل عام سواء كانت المرأة الشجاعة أو المستقلة، وهو ما يشير إلى أن الأعمال الدرامية تهدف إلى توعية المرأة وتثقيفها بأن لا تكون ضعيفة ومهمشة بل تسعى إلى المطالبة بحقوقها، ومستقلة بذاتها غير خاضعة.

وتجد الباحثة أن صورة المرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة تختلف تماماً عن صورتها في الأعمال الدرامية العربية، فمن خلال الاطلاع على المسلسلات العربية نلاحظ أنه يتم تقديم المرأة بشكل مهمش، وعلى أنها تابعة للرجل، وضعيفة.

ومن هنا تكمن المفارقة، إذ أن صورة المرأة في الأعمال المدبلجة تعتبر أكثر إيجابية منها في الأعمال العربية، وهو ما يدعو إلى ضرورة إعادة تصوير المرأة العربية بشكل لائق في الدراما والمسلسلات.

اختبار الفروض الإحصائية

الفرض الأول –توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير **النوع الاجتماعي** وبين المتغيرات الرئيسية التالية:

- مستوى متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية.
- صورة المرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر المشاهد الأردني.

1/1 توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغير الديموغرافي النوع الاجتماعي (ذكر، أنثى) وبين مستوى متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية.

تبين بيانات الجدول رقم (12) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغير الديموغرافي (النوع الاجتماعي) وبين مستوى متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية.

جدول (12) –اختبار (t-test) للفروق الإحصائية بين النوع الاجتماعي وبين مستوى متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية.

t-test for Equality of Means			Levene's Test for Equality of Variances		
Sig. (2-tailed)	Df	t	Sig.	F	
.001	150	06.02-2	.323	.643	Equal variances assumed — مستوى المتابعة
.001	291.963	2.142-2			Equal variances not assumed

حيث أوضحت نتائج السابق أن الدلالة الإحصائية = (0.001)، وهي أقل من المستوى (0.05)، وهو ما يشير إلى وجود فروق إحصائية، ووفق بيانات الجدول السابق يتبين أن درجة الحرية (df) = (291.963)، وأن قيمة (t) = (-22.142) .

جدول رقم (13) المجموعات الإحصائية

Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	النوع
.0285	.4631	1781.	80	مستوى المتابعة ذكر
.0335	.4559	0832.	70	أنثى

تظهر بيانات الجدول رقم (13) أن الفروق الإحصائية بين المتغير الديموغرافي (النوع الاجتماعي) وبين المتغير الرئيسي (مستوى المتابعة)، كانت لصالح (الإناث)، حيث أن المتوسط الحسابي للإناث أعلى من المتوسط الحسابي للذكور، حيث بلغت قيمته = (2.308).

- ذلك يعني أن الإناث أكثر متابعة للأعمال الدرامية المدبلجة.

1/2 توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغير الديموغرافي النوع الاجتماعي (ذكر، أنثى) وبين صورة المرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية.

جدول (14) –اختبار (t-test) للفروق الإحصائية بين النوع الاجتماعي وبين صورة المرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة.

t-test for Equality of Means			Levene's Test for Equality of Variances		
Sig. (2-tailed)	Df	T	Sig.	F	
.000	150	-35.679	.030	4.720	Equal variances assumed صورة المرأة
.000	350.322	-34.591			Equal variances not assumed

توضح بيانات الجدول رقم (14) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغير الديموغرافي (النوع الاجتماعي) وبين صورة المرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة.

حيث أوضحت نتائج السابق أن الدلالة الإحصائية = (0.000)، وهي أقل من المستوى (0.05)، وهو ما يشير إلى وجود فروق إحصائية، ووفق بيانات الجدول السابق يتبين أن درجة الحرية (df) = (350.322)، وأن قيمة (t) = (-34.591) .

جدول رقم (15)– المجموعات الإحصائية

Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	النوع
.03076	.50077	68531.	80	صورة المرأة ذكر
.04388	.59685	5213.3	70	أنثى

تظهر بيانات الجدول رقم (15) أن الفروق الإحصائية بين المتغير الديموغرافي (النوع الاجتماعي) وبين المتغير الرئيسي (صورة المرأة)، كانت لصالح (الإناث)، حيث أن المتوسط الحسابي للإناث أعلى من المتوسط الحسابي للذكور، حيث بلغت قيمته = (3.3215).

- وهو مايعني أن الإناث أكثر قدرة على تقييم صورة المرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة من الذكور.

وبذلك تكون قد ثبتت صحة الفرض الأول كاملاً.

الفرض الثاني – توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية وبين صورة المرأة في هذه الأعمال.

جدول رقم (16) العلاقة الارتباطية بين مستوى متابعة العينة المبحوثة للأعمال الدرامية المدبلجة وبين صورة المرأة في هذه الأعمال من وجهة نظرهم.

		مستوى المتابعة	صورة المرأة
مستوى المتابعة	Pearson Correlation	1	.851**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	501	501
صورة المرأة	Pearson Correlation	.851**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	501	501

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

تؤكد بيانات الجدول رقم (16) أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين مستوى متابعة المشاهدين للأعمال الدرامية المدبلجة وبين صورة المرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة، حيث أن قيمة الدلالة الإحصائية بلغت (0.000) وهي أقل من المستوى (0.01)، وهو ما يعني أنه كل ما زادت متابعة أفراد العينة المبحوثة للأعمال الدرامية المدبلجة زادت قدرتهم على خلق صورة ذهنية للمرأة في هذه الأعمال.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها:

1. يشاهد الجمهور الأردني الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية بشكل كبير، حيث جاءت فئة (أتابع بشكل كبير) بالمرتبة الأولى بما نسبته (40%).
2. يتابع الجمهور الأردني الأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية من ساعة إلى أقل من 3 ساعات.
3. إن الفترة المسائية هي الفترة الأكثر تفضيلاً عند أفراد الجمهور الأردني لمتابعة الأعمال الدرامية المدبلجة.
4. تعتبر قنوات MBC أكثر القنوات العربية المفضلة لدى المشاهد الأردني في متابعة الأعمال الدرامية المدبلجة.
5. سيطرت المسلسلات التركية على قائمة نوعية الأعمال المدبلجة التي يفضل الجمهور الأردني متابعتها، حيث احتلت المرتبة الأولى بما نسبته (39%)، تلتها في المرتبة الثانية المسلسلات الهندية بنسبة وصلت إلى (32.9%).
6. أبرز دوافع المشاهد الأردني لمتابعة الأعمال الدرامية المدبلجة هي عبارة «أرى أن هذه المسلسلات تحتوي على موضوعات متنوعة ومشاهد مثيرة وغير مألوفة لدي".
7. احتلت العلاقات العاطفية المرتبة الأولى على قائمة المضامين المسيطرة على الأعمال الدرامية المدبلجة، بنسبة (21.2%)، بينما جاءت العلاقات غير الشرعية والمحرمة بالمرتبة الثانية بما نسبته (17.8%).
8. إن الحبكة الدرامية وقصة المسلسل هي أكثر الأساليب التي تستخدمها المسلسلات الدرامية المدبلجة لجذب المشاهدين، وقد جاءت أسلوب (قوة الإخراج التلفزيوني لهذه المسلسلات) بالمرتبة الثانية.
9. مثلت عبارة " لعبت هذه المسلسلات دوراً كبيراً في نشر قيم غير موجودة في مجتمعاتنا المحافظة مثل الاستقلال عن الأهل والمساكنة " المرتبة الاولى للآثار الناتجة من مشاهدة الأعمال الدرامية المدبلجة.
10. تعتبر المرأة القوية والشجاعة نمط الصورة للمرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة من وجهة نظر المشاهد الأردني، تلتها في الثانية المرأة المستقلة والمبادرة والمؤثرة.
11. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغير الديموغرافي (النوع الاجتماعي) وبين مستوى متابعة المشاهد الأردني للأعمال الدرامية المدبلجة في القنوات الفضائية العربية لصالح الإناث.

12. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغير الديموغرافي (النوع الاجتماعي) وبين صورة المرأة في الأعمال الدرامية لصالح الإناث.

13. توجد علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين مستوى متابعة المشاهدين للأعمال الدرامية المدبلجة وبين صورة المرأة في الأعمال الدرامية المدبلجة.

التوصيات

بناء على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، فإن الباحثة توصي بضرورة ما يلي:

1- التوعية بآثار الأعمال الدرامية المدبلجة على الحياة الأسرية، والمخاطر الناتجة من الإدمان عليها.

2- التوعية المجتمعية بالغزو الثقافي الناتج من الأعمال الدرامية المدبلجة، والتحذير من نشر نمط الحياة الغربية في المجتمع العربي.

3- إجراء دراسة مقارنة بين صورة المرأة في الأعمال الدرامية العربية والأعمال الدرامية المدبلجة.

مراجع الدراسة:

أولاً–المراجع العربية:

1. الحديدي، منى (1977) دراسة تحليلية لصورة المرأة في الفيلم المصري والآثار الإعلامية والاجتماعية والمترتبة إلى ذلك، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام. جامعة القاهرة
2. حميد، صالح (2017) أثر مشاهدة المسلسلات الدرامية التلفزيونية التركية في القنوات العربية على قيم الفتاة الجامعية اليمنية، مجلة الأندلس للعلوم الانسانية والاجتماعية. العدد (16)، المجلد (17)
3. الحيزان، محمد (2010) البحوث الإعلامية: اسمها، أساليب تدريسها، الرياض: مكتبة الملك عبد العزيز العامة.
4. زغيب، شيماء (2009) مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية .
5. الصفار، عبد الله (2012) اتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتيين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة في القنوات العربية، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط.
6. الطرابيشي، مها (2004) الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث ودراسات الرأي العام. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. العدد الأول.
7. غرابة، زكية وقواس، جمال (2017) صورة المرأة المحجبة في الدراما التركية. المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية. العدد 26.
8. الكحكي، عزة (2002) دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا في أذهان الشباب الجامعي المصري. المؤتمر العلمي السنوي الثامن الإعلام وصورة العرب والمسلمين. كلية الإعلام. جامعة القاهرة.
9. المصري، نعيم (2013) أثر المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني. مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث، المجلد (21)، العدد (2).

ثانياً–المراجع الأجنبية

10- Kumari, A., & Joshi, H. (2015). Gender Stereotyped Portrayal of Women in the Media: Perception and Impact on Adolescent. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, *20*(4), 44-52.

11- Qudah, Mohamad & AbdulKrim, Ziani & Menawer, Alrajehi (2014) . Uses and Gratifications Achieved for Jordanian and Bahraini Youths Watching Dubbed Series and Movies a Field Study on the Students of Yarmouk and

تأثير البرنامج التلفزيوني "هنا الجزائر" على تشكل الاتجاهات السياسية لطلبة ماستر علوم اجتماعية جامعة سكيكدة "دراسة ميدانية"

The effect of the television program "Hona Aldjazeir", on the formation of political trends for the students of the master social sciences university of Skikda

-A field study-

د/–أحمد بودشيشة *

الملخص:

يعتبر برنامج "هنا الجزائر" على قناة الشروق نيوز الجزائرية، مؤشرا يساعد على نشر الوعي السياسيين، يتيح للمشاهد العام والمتخصص مثل للطالب الجامعي فرص تكوين رأي واتجاه أو وعي سياسي، قصد المشاركة مستقبلا في الحياة الجماعية والمجتمعية، القدرة على الخوض في المشكلات والأحداث، والعمل على تحليل الأفكار وتفسيرها وتحديد مواقفهم واتجاهاتهم منها مما يدفعهم للتطوير والتغيير مستقبلا. من خلال الانخراط في الاحزاب السياسية واعداد البرامج السياسية وتكوين نخبة مستنيرة، هذه الورقة هي دراسة ميدانية أجريت في جامعة سكيكدة على عينة من طلبة المستر علوم اجتماعية بجميع الفروع واعتمدت على مقابلات واستبيان ، والهدف كان دراسة كيفية تشكل الاتجاهات السياسية لفئة من الشباب الجامعي "الطلبة" حول الاهتمامات السياسية(الوعي السياسي والانجذاب للعمل السياسي والانخراط في الاحزاب السياسية) تتضمن الدراسة مقدمة واشكالية ، المنطلقات النظرية والمفاهمية للدراسة ، أدوات المنهجية و خاتمة، لقد خلصت الدراسة الى كون تجربة الفضاء الإعلامي الخاص في الجزائر قد قطعت شوطا معتبرا للتطور الإيجابي بعد إسهامها في تجسيد المسار الديمقراطي للبلاد ، و هذا عن طريق تسليط الضوء على كافة المواضيع التي تعكس المشهد الاجتماعي و السياسي ، إضافة إلى الطرح الجريء و المتنوع لمختلف الآراء و القضايا التي تعني الشباب، منهم الطلبة الجامعيين، ما أدى إلى تشكيل توجهاتهم و تنمية وعيهم السياسي و ثقافتهم السياسية و هذا ما أثبتته نتائج الدراسة السالفة الذكر و المتمثلة في إقبال المبحوثين على متابعة البرنامج السياسي " هنا الجزائر".

الكلمات مفتاحية: الاتجاه، الطالب الجامعي، البرامج السياسية، الوعي، الاهتمامات.

*-أستاذ محاضر جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة/ Ah.sociodirect@gmail.com

Abstract:

186The program **'Hona Aldjazeir'** on The Algerian Channel EL Shourouk News is an indicator that helps to spread political awareness, which gives the general and specialized viewers such as the university students the opportunity to form an opinion and attitude or position.

This paper is a field study conducted at Skikda University on a sample of students of social sciences, where the researcher chose master students in all branches and relied on interviews and form, and the goal was to study how to form The political trends of a group of university youth "students", about political interests (political awareness and attraction to political work and participation in political parties). This study includes introduction and problem, theoretical and important principles of study, methodology tools and conclusion.

Key words: attitude, student, political programs, awareness, interests.

مقدمة:

لقد نقلت تكنولوجيا المعلومات، الإعلام بجميع أنواعه والمرئي تحديدا إلى مرحلة جديدة ومتطورة، تقوم على الانفتاح وعرض وجهات النظر والرؤى المختلفة، إضافة إلى فسح المجال أمام الجمهور والأفراد بكافة أطيافهم وتوجهاتهم وانتماءاتهم السياسية، لطرح آرائهم وتصوراتهم، في العديد من القضايا والمواضيع التي تمس مختلف جوانب حياتهم الخاصة والعامة، هذا بالموازاة مع ما شهدته الساحة العربية من حراك سياسي وانتفاضات ضد الأنظمة الماسكة بزمام السلطة.

إن التحولات الجذرية التي حصلت في الميدان الاجتماعي والسياسي، جراء التغيرات التي عرفتها المجتمعات العربية، منذ 2001، كان لها الأثر البالغ في إعادة ترتيب حسابات الهيمنة والسيطرة على سلطة الفضاء الإعلامي، وهو ما حتم على كثير من الدول بغية مواكبة الطفرة الاعلامية وثورة المعلومات أو الاعلام الشبكي لاحتواء الوضع، اتخاذ تدابير تتعلق بحرية الإعلام وهذا ما نتج عنه في الجزائر قانون الإعلام لسنة 2012. و نتيجة لهذا لقانون، برزت على الساحة الإعلامية قنوات تلفزيونية خاصة عديدة تهتم بالقضايا السياسية و الاجتماعية إضافة إلى المستجدات اليومية المتعلقة بالشؤون المحلية و معالجتها بطرح مغاير او من زاوية نظر مختلفة ، من خلال البرامج السياسية ، و برؤية محلية لنشطاء و حقوقيين و محللين سياسيين يحملون نفس تطلعات و اهتمامات و مشاكل الجمهور، الأمر الذي قربها من المواطن و جعلها تحتل مكانة عنده في خضم هذا الزخم الإعلامي الكبير ، حيث أتاحت له الفرصة لسماع الأخبار و المعلومات بأسرع وقت ممكن و ذلك لتوعيته بما يدور من أحداث. و لما كانت هذه البرامج السياسية

في القنوات التلفزيونية الخاصة صوتا جديدا يسهم في زيادة الوعي و الثقافة السياسيتين، فالطلبة الجامعيين أولى بهذا الوعي بحكم أنهم في مرحلة عمرية و مرحلة إدراك و نضج فكري، يسمحان لهم بالارتقاء بمعارفهم و تشكيل اتجاهاتهم السياسية و تصوراتهم للمجتمع و المستقبل، بحكم أن هذه البرامج تعمل على تلبية حاجاتهم و زيادة معلوماتهم و تكوين آرائهم تجاه مختلف القضايا الاجتماعية. على اعتبار ان الطلبة الجامعيين صفوة الشباب في أي مجتمع ، فهم شريحة تكتسي أهمية خاصة في الجزائر نظرًا لعددهم الكبير 1730000 طالب في سنة 2018، و انطلاقا من هذا تأتي أهمية الدراسة التي خصصناها للبحث عن اتجاهات طلبة العلوم الاجتماعية نحو البرامج السياسية التي تقدمها قناة الشروق نيوز و برنامج " هنا الجزائر " تحديدا ، و ذلك لأهمية هذا العنصر أي الطالب الجامعي بصورته الإيجابية كقيمة تؤسس لمستقبل المجتمعات ، على اعتبار استعداداته العقلية وقدراته النفسية ، التي تؤهله للعمل و النشاط و التوافق و الاندماج و المشاركة بطاقته في تحقيق أهدافه و المجتمع ، إضافة لصقل معلوماته و تنظيم معارفه و تطلعاته للاستفادة منها في تحديات العمل السياسي مستقبلا و بناء تصوراته عن واقعه الاجتماعي.

. تهدف هذه الدراسة الى التعرف على مستوى تأثير برنامج هنا الجزائر في قناة "الشروق نيوز" في تشكيل الاتجاهات السياسية طلبة ماستر العلوم الاجتماعية، فهم دور ومساهمة هذا البرنامج السياسي في زيادة وعي الطالب بمحيطه وأهمية متابعة النقاشات السياسية ودورها في النضج العقلي والفكري. وبناء تصوره حول القضايا السياسية والأحداث الاجتماعية الراهنة ثم تسليط الضوء على مدى اعتماد الطلبة على البرامج التلفزيونية السياسية واستقائهم المعلومات السياسية منها في ظل التعددية الإعلامية وحرية التعبير. وتتكون الدراسة من العناصر الاتية: إشكالية الدراسة وفروضها مفاهيمها ومؤشراتها ثم أهميته واهداف الدراسة، وكذا. الإطار نظري للمتغير المستقل والمتغير التابع، ثم بالإجراءات المنهجية للدراسة كلا من المنهج المعتمد والمجتمع والعينة المدروسة، كما أشرنا لمجالات الدراسة وأدواتها المنهجية ثم أخيرا إخبار الفروض بغرض استخلاص نتائج الدراسة، فخاتمة.

الإشكالية:

يمثل الطلبة الجامعيين المحور الأساسي لأي مجتمع في العالم والعمود الفقري له، فهم أحد أهم فئاته في مراحل التكوين والانطلاق نحو تحقيق أهداف المجتمع، والاستعداد لتحمل مسؤوليات المستقبل، كما لهم دور هام في عمليات التغيير لما لهم من مميزات النضج الاجتماعي والفكري وهم شريحة تشغل وضعا مميزا في بنية المجتمع الجزائري، نظرًا لدورهم التاريخي في الثورة التحريرية 1954 ودورهم الطلائعي بعد الاستقلال، ثم الانتشار الواسع للمؤسسات الجامعية التي يتواجدون بها في السنوات الأخيرة في كثير من ولايات الوطن 48. الإضافة إلى اعتبارها فئة عمرية يكاد بناؤها النفسي والثقافي والاجتماعي أن يكون مكتملا. إن اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مختلف الأحداث و القضايا الاجتماعية و

السياسية و الاقتصادية لأمر غاية في الأهمية ، سيما وأن في هذه المرحلة تتزايد درجة وعيهم و اهتماماتهم و تطلعاتهم لمختلف المستجدات نظرًا لمؤهلاتهم العلمية و المعرفية ، و مكتسباتهم القَبْلية التي أسهمت في تحديد ابعض من معالم شخصياتهم و تشكيل شبكة علاقاتهم الاجتماعية ، دون إنكار ما للبيئة الاجتماعية ؛ الأسرة ، المدرسة ، وسائل الإعلام ، و التلفزيون تحديدًا و غيره من مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى كمتغير أساسي في التأثير عليهم، فتزويدهم بالمعارف المختلفة وترسخها او تطبيع سلوك فيهم جديد، ومنها الوعي السياسي لبناء تصوراتهم المستقبلية نحو أهم القضايا السياسية و مواجهة التحديات بميادينها المختلفة في ظل هذا الانفتاح و التدفق الإعلامي الكبير . اعتبارا من كون الطلبة الجامعيين صفوة الشباب في أي مجتمع، كما تؤكد الدراسات أنهم الفئة الأكثر تأثرا وإقبالا على ما يبث ويذاع عبر وسائل الإعلام المختلفة وعلى رأسها التلفزيون.

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية المعاصرة تأثيرا وتطبيع السلوك، حيث يتفوق عليها جميعا بقدرته على جذب الانتباه والإبهار وشدة التأثير، فهو يجمع بين مزايا الإذاعة الصوتية " الراديو " من حيث الصوت ومزايا «السينما " من حيث الصورة واللون ومزايا «المسرح " من حيث الحركة التي تضفي الحيوية على المِشَاهِد التي يعرضها التلفزيون. وفي هذا السياق تعد القنوات التلفزيونية من أهم وسائل الإعلام لمميزاتها المتعددة التي جعلتها تحتل مراتب ريادية بالنسبة للوسائل الاتصالية الأكثر جماهيرية، فهي وبفضل استخدامها لتكنولوجيا الأقمار الصناعية ألغت الحدود الجغرافية وأصبحت تجول بالمشاهد مختلف أصقاع العالم وتنقل له الأحداث والوقائع أولاً بأول بفضل تقنية البث المباشر. و الجزائر كغيرها من دول العالم ليست بمنأى عن هذه التطورات و التحولات الخاصة بالتعددية الإعلامية ، فلقد لحقت بالركب و أصبحت تملك العديد من القنوات الفضائية و التي ازداد عددها بعد صدور قانون الإعلام سنة 2012 الذي سمح بفتح قنوات تلفزيونية خاصة هذه الأخيرة عملت على كسر الحدود السيادية التقليدية ، و أسهمت في رفع معدل الثقافة العامة و الثقافة السياسية على وجه الخصوص وذلك بزيادة بث البرامج الحوارية السياسية التي تناقش القضايا السياسية الراهنة المتعلقة بأوضاع البلد في مختلف الميادين ، من بين هذه القنوات التلفزيونية الخاصة قناة " الشروق نيوز " التي فتحت أبواب الحوار لمختلف الفئات والشرائح و جمعيات المجتمع المدني و بعض النشطاء السياسيين للتطرق إلى كل المستجدات اليومية في المجتمع ، و اهتمت بعرض البرامج السياسية و الثقافية و معالجة بعض الاحداث السياسية والاجتماعية ، و أضحت تتيح لكثير من الشرائح الاجتماعية وخاصة للطالب الجامعي مثلا فرصة سماع الأخبار و المعلومات وتعلم فن المحاورة و الإقناع و المحاججة و التأثير في اتجاهاته و آرائه ، ليساهم في عملية صنع القرار السياسي و ذلك بشحذ العزائم و تعبئة الرأي العام و زيادة الوعي السياسي .ويعتبر برنامج "

هنا الجزائر " الذي سطع نجم معده عمار بن قادة في السنوات الماضية مؤشرا على صعود نخبة من الصحفيين الذين يمارسون مهنتهم بكل موضوعية دون أدلجة . وبغية تفكيك عناصر الموضوع اعتمدنا على **التساؤل الآتي**:

ـ هل اتجاهات طلبة العلوم الاجتماعية نحو البرامج السياسية تشكل لديهم وعيا بقضاياهم الحاضرة والمستقبلية؟

تساؤلات الدراسة:

ـ ما مدى مساهمة برنامج " هنا الجزائر" في إدراك الطالب للمحيط الذي يعيش فيه؟

ـ هل يطور البرنامج التلفزيوني" هنا الجزائر" قدرة الطالب على بناء تصور حول مستقبله ومجتمعه؟

ـ ما مدى إسهام برنامج " هنا الجزائر" في تطوير القدرة العقلية والمهارة السلوكية للطالب الجامعي؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات افترضنا ما يلي:

ان اتجاهات طلبة العلوم الاجتماعية نحو البرامج السياسية إيجابية لمساهمتها في زيادة وعيهم بقضاياهم الحاضرة والمستقبلية.

وقسمت هذه الفرضية العامة الى فرضيات فرعية:

ـ يساهم البرنامج التلفزيوني " هنا الجزائر " في إدراك الطالب الجامعي للمحيط الذي يعيش فيه.

ـ يطور البرنامج التلفزيوني " هنا الجزائر " قدرة الطالب على بناء تصور حول مستقبله ومجتمعه.

ـ يطور البرنامج التلفزيوني " هنا الجزائر " القدرة العقلية والمهارة السلوكية لدى الطالب الجامعي.

منهج الدراسة:

قد اعتمدنا على المنهج الوصفي وادوات الاحصاء وكذا مقياس الاتجاه (رنسيس ليكرت) فقمنا اولا بتبويب وتفيئ ثم تفريغ البيانات عن طريق برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية

مجالات الدراسة:

المجال البشري والعينة: يتكون المجال البشري للدراسة من طلبة العلوم الاجتماعية في جامعة سكيكدة 20 أوت 1955، حيث تم اختيار طلبة الماستر السنة الأولى والثانية لاعتبارات تتعلق بالمستوى، أكثر اطلاعا ونضجا، كما أنهم في مرحلة عمرية تسمح لهم بالتدبر والتفكير فيما يجري ويدور حولهم من أحداث (تكون الاتجاه)، فاعتمدنا على العينة القصدية في انتقاء عينة البحث حيث شملت 56 من طلبة الماستر ذكورا وإناثا،

أدوات جمع البيانات:

الملاحظة: لفت انتباه الباحث صدى النقاشات الاعلامية في قناة الشروق نيوز خاصة لدى طلبة الماستر.

المقابلة: قد استخدمت للتعرف على مجتمع البحث.

الاستبيان: تم بناء و تطوير استبيان من خلال استخدام مقياس ليكرت خماسي، لمعرفة درجة أهمية كل فقرة أو عبارة من عبارات الاستبيان و قد تم توزيع درجات الإجابة عن هذه الخيارات على النحو التالي : الإجابة موافق بشدة (05) درجات ، موافق (04) درجات ، محايد (03) ، غير موافق درجتين(02) و غير موافق بشدة درجة واحدة (01).

1–الاطار النظري للدراسة: اعتمدت الدراسة على جانب نظري تمثل؛ في :

1–1–نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام : لكل من " ميلفين دي فلور و ساندرا روكيش " 1976 صاحبا كتاب " نظريات وسائل الإعلام " ، إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام من جمع المعلومات و معالجتها و نشرها ، و يبين " دي فلور " أن المعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها ، فتأثرنا بنظامنا الاجتماعي ينعكس على طريقة استخدامنا لوسائل الإعلام ، كما يشمل تأثير وسائل الإعلام في الجمهور أيضا ، فتعقد البنية الاجتماعية يقلل التفاعل بين الأفراد مما يتيح للإعلام مجالا واسعا لملء الفراغ ، فيصبح الفرد أكثر اهتماما بوسائل الإعلام لاستقاء المعلومات ، و على هذا فالجمهور عنصر فاعل و حيوي في الاتصال . وتعتمد فكرة النظرية على أن استخدام وسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن المجتمع الذي يعيش فيه، كما تزداد قدرتها على التأثير عندما تقوم بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر. (علي عبد الفتاح كنعان.2014: . 239 – 240) .كما يعد نموذج الإدراك في النظرية مفتاح تفسير متى و لماذا يَعرِضِ الأفراد أنفسهم على وسائل الإعلام و تأثيرات هذا التعرض على معتقداتهم و سلوكياتهم ، من خلال طبيعة العلاقة بينهما و استخدام الجمهور مصادر وسائل الإعلام لتحقيق أهدافه ، فكلما اعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية زاد تأثير هذه الوسائل في حياته النفسية و الاجتماعية ناهيك عن حصوله على معلومات تفسر الوقائع من حوله و التفاعل معها ، و اِكسابه القيم و المعايير القائمة في المجتمع و تغيير أو تعديل أو اكتساب آراء و اتجاهات خاصة بالمواقف المحيطة به و القضايا المثارة و المشكلات المطروحة في المجتمع، (قبلان عبده قبلان، **حرب** 2008 . 11). وتنطلق هذه النظرية من فروض الاتية : كاختلاف درجة الاستقرار و التوازن في النظام الاجتماعي يعود إلى التغيرات المستمرة الأمر الذي يزيد أو ينقص من الحاجة للمعلومات و الأخبار تبعا، حيث يكون الأفراد أكثر اعتمادا على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات .ثم . حيوية النظام الإعلامي بالنسبة لأفراد المجتمع تزيد من درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم .وكذا اختلاف حاجات الجماهير الفردية و النفسية تؤثر في درجة اعتمادها على وسائل الإعلام(اشرف المناصير .2010 . 14) . فالآثار المحتملة نتيجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام كما يرى صاحبا النظرية يظهر في الآثار

المعرفية، الآثار الوجدانية و الآثار السلوكية (قبلان عبده قبلان حرب . 13) و قد اعتمدت الدراسة على هذه النظرية من منطلق التعامل المكثف للطلبة الجامعيين مع القنوات التلفزيونية و البرامج السياسية ، التي تسهم بشكل أو بآخر في تشكيل اتجاهاتهم باعتبارها مصدرا أساسيا و منبرا رئيسيا لاستقاء المعلومات و الحقائق ، في ظل التنافس على مستوى القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر و التصاعد التدريجي لوتيرة المهام و الأدوار التي يؤديها الإعلام في المجتمع ، بالتوازي مع الإقبال الجماهيري نحو البرامج السياسية لإشباع رغباته و اهتماماته و تطلعاته كذلك ، جراء القضايا الساخنة المعروضة للنقاش و طريقة طرحها و معالجتها و تحليل بعض القضايا السياسية التي تثير جدلا في الساحة الاجتماعية ، بالإشارة إلى كشف الغموض الذي كان يسود الميدان أو المشهد الإعلامي العمومي بعد إصدار قانون الإعلام (للسمعي البصري) سنة 2012 .

1–2–نظرية الاستخدامات و الإشباعات: تعني تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية، أو هي ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة و يتعرض لتلك المادة .(عاطف عدلي العبد ، نهى عاطف العبد. 297 .) و يعد " **إلياهو كاتز** katz " أول من وضع اللبنة الأولى لها عام 1959 إذ تمثل تحولا للرؤية في مجال الدراسات الإعلامية ، حيث تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور المستقبل للرسالة ، فهذا المدخل النظري له رؤية مختلفة تكمن في إدراك أهمية الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام ، فاستخدام الجمهور للوسائل عملية معقدة و ترجع لخلفية الجمهور الثقافية كالذوق الشخصي ، سياسات الوسيلة و توجهاتها ، و مختلف العوامل الشخصية كأسلوب الحياة ،السن ، الدخل و النوع ، (هيثم الهيتي. 2008. 141) فمستوى التعليم ، و الإشباع الذي ينوي الفرد تحقيقه جراء التعرض للوسيلة . النظرية تنظر إلى الجمهور على أنه متلقي إيجابي نشط وفعال، و تؤكد على دوره في اختيار المواد الإعلامية و انتقائها عن طواعية ليلبي احتياجاته و رغباته ، مع الأخذ بعين الاعتبار في أنه صاحب المبادرة في اختيار الوسيلة المناسبة التي يتلقى بها المعلومة(نسيمة طبشوش. 2012 .255) و حسب " كاتز" و "بلومر" و "جورفيتش" فإن مدخل الاستخدامات و الإشباعات يقوم على أن حاجات أفراد المجتمع التي تحتاج إلى اشباع عن طريق استعمال وسائل الإعلام أو غيرها هي: الحاجة المعرفية المرتبطة بتقوية المعلومات و المعرفة و فهم البيئة المحيطة و هي تستند إلى الرغبة في فهم الواقع ، وهي تشبع حاجة حب الاستطلاع و الاكتشاف. بالإضافة، إلى الحاجات العاطفية و حاجة الاندماج الشخصي و تنبع من حاجة الأفراد في تحقيق الذات و حاجة الاندماج الاجتماعي (أشرف محمد مازن المناصير،17:2010) . و مدخل الإشباعات و الاستخدامات انطلق من فروض أساسية تتمثل في أن : أعضاء الجمهور مشاركون فعالون

يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم ، لذا فاستخدام وسائل الاتصال يعبر عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور و يتحكم في ذلك الفروق الفردية و عوامل التفاعل الاجتماعي و تنوع الحاجات باختلاف الأفراد ، مع التأكيد أن هذا الجمهور هو الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته لأن الأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل و ليس العكس ، فاستطاعة الجمهور و قدرته على تحديد حاجاته و دوافعه يجعله في مركز قوة في اختيار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات . (بوزيان عبد الغني . 2010 . 41). بالإضافة إلى أنه يمكن الاستدلال على المعايير السائدة في مجتمع ما من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس بمحتوى الرسائل فقط، كما تتنافس هذه الوسائل مع وسائل أخرى لإشباع حاجات الأفراد مثل قنوات الاتصال المباشر مثل السينما والأندية وغيرها، فالجمهور يكمل احتياجاته التي لا تشبعها وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال قنوات ووسائل أخر: (عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد. 2008 . 300).

1-3-بنية الاتجاهات:

يحتل الاتجاه كموضوع أهمية خاصة ، إذ يمثل أهم دوافع سلوك الفرد من حيث ضبطه أو توجيهه ، كما يشير إلى الاستعداد والتوجيه الإدراكي الذي يحدد بدوره الاستجابة أمام ظاهرة أو وضعية معينة ، كما يعد من أبرز وظائف التربية بشكل عام، بتكوينها لاتجاهات النشء التي تساعدهم على التكيف مع الحياة المعاصرة ، وفيما يلي عرض لأنواع الاتجاهات ومكوناتها ومصادر تشكيلها، وهناك انواع للاتجاهات (اتجاهات جماعية أو فردية ، أوسرية ، اتجاهات قوية وضعيفة ، اتجاهات موجبة وسالبة ، اتجاهات عامة وخاصة(سهير كامل أحمد. 2001 . 103) تؤثر العوامل الوراثية تأثيرا طفيفا في عملية تكوين الاتجاهات ، وذلك من خلال الفروق الفردية الموروثة كبعض السمات الجسدية والذكاء إلا أن العامل الأهم في تكوينها يعود للبيئة بمفهومها الواسع ، من خلال التفاعل مع عناصرها المختلفة (التنشئة الاجتماعية ، المدرسة ، التفاعل ، المجتمع .وهناك عدة أساليب ابتكرها الباحثون لقياس الاتجاهات نذكر منها مقياس بوقاردس ، مقياس ثيرستون مقياس جتمان ومقياس ليكرت و الذي اعتمدنا عليه في قياس اتجاهات الطلبة انظر (بلقاسم سلاطنية ، حسان الجيلاني . 40) .

1-4-الطالب الجامعي: وحسب تعريف اتحاد الجامعات العربية فإنه الشخص المسجل لنيل درجة علمية وفق الأنظمة المعمول بها في الجامعة المعنية. (نديم ربحي محمد الحسن . 2008 . 13). وجاء كذلك في موسوعة علم النفس أن الطالب الجامعي هو ذلك الذي يتلقى دروسا ومحاضرات، والتدريب على كيفية الحصول على المعلومات في مؤسسات التعليم العالي للحصول على شهادة جامعية. (فرج عبد القادر طه. 2002. . 825 - 826). ولقد عرف محمد حمدان الطالب الجامعي على أنه: الشخص الذي اكتسب عن طريق الدراسة النظامية الطويلة

بالجامعة بنوع خاص أتقن دراسة أكاديمية عليا أو أكثر، ليحصل على معرفة تفصيلية ومهارة في البحث والتحليل النقدي في ميدان دراسته. (محمد حمدان. 2007 . 87).

1-5-التأثيرات السياسية لبرنامج "هنا الجزائر: قبل الحديث عن تأثيرات برنامج " هنا الجزائر " سنتطرق أولا إلى التعريف به: هو برنامج يقدمه الإعلامي الجزائري " قادة بن عمار " الذي يشتغل بقناة الشروق نيوز؛ وهي إحدى الفضائيات الجزائرية الخاصة. كانت بداية هذا البرنامج السياسي منذ 2012 وقد كان أول مقدم له الإعلامية ومديرة الأخبار في قناة الشروق " ليلى بوزيدي "، المعروف عن البرنامج أنه برنامج حواري سياسي ساخن، يتم فيه استضافة سياسيين وشخصيات متعددة من مختلف الاتجاهات والانتماءات السياسية، والأيديولوجيات للحوار ومناقشة المستجدات اليومية، كما يتم فيه طرح القضايا الراهنة وكل ما يتعلق بالحياة الاجتماعية والسياسية.

إن هذا البرنامج السياسي الذي علا صيته في الساحة الاجتماعية و الإعلامية و السياسية ، استطاع أن يخلق ما يعرف بالاتصال السياسي الذي يضم الفاعلين السياسيين و الرأي العام مع رجال الإعلام و الصحافة ، الأمر الذي جعله أداة فاعلة في تحليل النشاط السياسي و في نفس الوقت أصبح يندرج ضمن العملية السياسية التي أدت بالضرورة إلى ممارسة حرية الرأي و التعبير كحقين من حقوق المواطنة و أحد مؤشرات السير نحو الديمقراطية ، إذ أن غالبية الشباب يتجه نحو مشاهدة قناة الشروق نيوز التي تطرح مواضيع و قضايا اجتماعية تحاكي و تلامس الواقع السياسي المعاش(نعيمي مليكة . بوحزام نوال.2014 . 85) .

2- تحليل وتفسير البيانات المجمعة في ضوء فرضيات الدراسة : انه ينبغي قبل التطرق لعرض النتائج و التحليل قمنا بضبط المقياس الحسابي لنتائج التحليل بالمتوسط الحسابي و ذلك عن طريق المدى العام لطول الفئة حسب أوزان مقياس ليكرت خماسي بناء على المعادلة الآتية : طول الفئة = (الحد الأعلى للبديل – الحد الأدنى للبديل) / عدد المستويات أي (5 – 1) ÷ 5 = 4 ÷ 5 = 0,80 لنحصل بذلك على طول الفئة الذي يتم تحديد الاتجاه من خلاله حسب المتوسط المرجح لمقياس ليكرت خماسي كما في الجدول رقم (01) :

جدول رقم (01) : يوضح المتوسط المرجح لمقياس ليكرت خماسي .

المتوسط المرجح	المستوى
من 1 إلى 1,79	منخفض جدا (غير موافق بشدة)
من 1,80 إلى 2,59	منخفض (غير موافق)
من 2,60 إلى 3,39	متوسط (محايد)
من 3,40 إلى 4,19	عالي (موافق)
من 4,20 إلى 5	عالي جدا (موافق بشدة)

2-1-تحليل وتفسير البيانات الديموغرافية:

يتطلب تحليل اتجاهات الطلبة نحو البرامج السياسية معرفة الخصائص الديموغرافية لعينة البحث وهو ما يظهر في الجدول رقم 02 ادناه.

جدول بسيط رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع .

الجنس	التكرار	النسبة%
ذكر	13	23,6
أنثى	43	76,8
المجموع	56	100

جدول بسيط رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن.

السن	التكرار	النسبة %
من 20 ـ 24سنة	25	45,5
من 25 ـ 29 سنة	25	45,5
من 30 ـ 34 سنة	1	1,8
أكثر من 35 سنة	5	9,1
المجموع	56	100

من خلال الجدول أعلاه و الذي يمثل سن عينة الدراسة الذي حدد ما بين 20 سنة إلى أكثر من 35 سنة ، يظهر أن أعلى نسبة لفئات العمر المدروسة من الطلبة حازت عليها الفئة الأولى و الثانية حيث يتراوح سنهم على التوالي من 20 إلى 24 سنة ومن 25 إلى 29 سنة بنسبة 45،5% ويعود السبب في ذلك إلى أن معظم طلبة الجامعة و بالخصوص مستوى الماستر تتراوح أعمارهم بين الـ (20 و29 سنة) ، تلتهما 9% من مجموع أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم من 35 سنة فأكثر في حين كانت أقل نسبة هي1% للطلبة الذي يبلغون من العمر ما بين 30 إلى 34 سنة .

جدول تكراري بسيط رقم (04) : يوضح سنة الحصول على شهادة الليسانس .

التاريخ	التكرار	النسبة %
1999	1	1,8
2010	1	1,8
2011	6	10,9
2012	4	7,3
2013	2	3,6
2014	36	64,3
2015	6	10,9
المجموع	56	100

و قد وُضِعَ هذا السؤال لوجود فروق في العمر لدى طلبة الماستر كما رأينا في الجدول رقم (02) و كذلك أخذنا بعين الاعتبار أن هناك من غادروا الحياة الجامعية أو بالأحرى التكوين الجامعي لسنوات معدودات ثم عادوا إلى مقاعد الدراسة و هذا ما يحسب لصالحهم كونهم مروا بتجارب عديدة من الواقع المعاش تكسبهم رؤية أكثر وضوحا عن الاختلافات الموجودة بين الحياة الجامعية و رهانات الواقع و مستوى الوعي السياسي ، لذا فَجُلُّ العينات التي فارقت مدرجات الجامعة على أمل العودة مستقبلا كانت متابعة لأوضاع البلد و مستجدات المجتمع عبر ما يبث في البرامج السياسية و حصة "هنا الجزائر" تحديدا .

جدول تكراري بسيط رقم (05) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي .

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
سنة أولى ماستر	9	16,4
سنة ثانية ماستر	47	83,9
المجموع	56	100

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (04) إلى أن المستوى التعليمي لأفراد العينة من السنة الأولى ماستر بلغت نسبتهم 16,4% وبـ 09 مفردات من مجمل أفراد عينة البحث في حين أن مستوى سنة ثانية ماستر قدرت نسبتهم بـ 83,9% وبـ 47 مفردة وهذا يدل على أن أفراد العينة وبالخصوص سنة ثانية ماستر يملكون قابلية ووعيا أكثر بالقضايا المطروحة أو المفتوحة للنقاش على مستوى البرامج السياسية برنامج "هنا الجزائر" تحديدا مقارنة بأفراد السنة الأولى ماستر والذين يمثلون نسبة قليلة في عينة الدراسة.

جدول تكراري بسيط رقم (06) يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة %
علم اجتماع التدخل الاجتماعي	13	23,6
علم الإجتماع التربوي	10	18,2
علم اجتماع الاتصال المؤسساتي	17	30,9
علم اجتماع المؤسسة و استراتيجيه التغيير	16	28,6
المجموع	56	100

و يتضح من خلال الشواهد المجمعة و النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه أن نسبة الطلبة المبحوثين في تخصص التدخل الاجتماعي بلغت 23,6% يليها تخصص علم الاجتماع التربوي بـ 18,2% ، ثم يليها الاتصال المؤسساتي كأعلى نسبة قدرها 30,9% كما بلغت نسبة تخصص علم اجتماع المؤسسة و استراتيجية التغيير الـ 28,6% ، و يلاحظ هنا تقارب النسب بين التخصصات إذ لم تكن الفروق بينها كبيرة حيث كان لتخصص التربوي النصيب الأقل نسبة مقارنة بباقي التخصصات . فالذين يمارسون النشاط المأجور 20% في حين الذين لا يمارسون النشاط المأجور و بنسبة 80,4% و هذا ما يفسر توافق المرحلة العمرية للطالب الجامعي مع عدم ممارسة النشاط المأجور حيث تراوحت بين سن (20إلى 29 سنة) كما هو موضح في الجدول رقم (02) وهو السن الذي لا يزال فيه الطالب مزاولا لدراسته الجامعية .

وفيما يتعلق بمساهمة برنامج هنا الجزائر في إدراك الطالب الجامعي للمحيط الذي يعيش فيه.

2-2-مساهمة برنامج هنا الجزائر في إدراك الطالب الجامعي للمحيط الذي يعيش فيه: يبين التحليل الاحصائي لنتائج الفرضية الأولى من حيث التكرارات و النسب المئوية إضافة إلى المتوسطات الحسابية و الانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات المقياس، و باستعراض القيم المستخلصة، يظهر ترتيب العبارات في الجدول رقم (07) أسفله.

الترتيب وفقا للتحليل الاحصائي	العبارة
01	ينمي فهمك للواقع والأحداث الاجتماعية الجارية
02	ينمي معارفك وثقافتك السياسية.
03	يعالج ويناقش القضايا السياسية والاجتماعية ومختلف المستجدات
04	ينقد سياسات الحكومة حول قضايا الشباب وآفاقه
05	يقدم حقائق ومعلومات.
06	مضمونها اهتماماتك يناسب محلية هامة تناوله لمواضيع
07	زيادة مستوى التفاعل ودرجة الحرية المتاحة للنقاش
08	يزيد من انفتاحك على محيطك الخارجي
09	يوضح ويثبت وجهات النظر المختلفة
10	يطرح حلول واقتراحات فكرية واقعية

و بالمجمل نستخلص تجاوب أغلب أفراد العينة نحو الموافقة و الموافقة بشدة بمستوى عالي لكل عبارات المحور الأول للمقياس و بتموسط حسابي عام قدره 3,85 و انحراف معياري عام كذلك ب 0,933 ، و هذا ما يظهر و يؤكد أن لديهم اتجاهات إيجابية عالية نحو ما يقدمه برنامج "هنا الجزائر" ، لمساهمته في تنمية معارفهم و ثقافتهم السياسية ، كما ينمي فهمهم للواقع و الأحداث الاجتماعية الجارية .

2-3-فيما يتعلق باختبار إسهام برنامج هنا الجزائر في تطوير قدرة الطالب على بناء تصور حول مستقبله ومجتمعه: **يتبين** من خلال التحليل الاحصائي أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (3,95 إلى 3,32)، حيث جاءت ترتيب العبارات كما يلي، وهو ما يظهر في الجدول رقم (08) اسفله.

الترتيب وفقا للتحليل الاحصائي	**العبارة**
01	مواكبته للأحداث يساعدك على بناء تصوراتك عن كل ما يجري حولك
02	تعبئة الرأي العام وزيادة الوعي السياسي
03	عدد وتنوع القضايا السياسية المطروحة النادرة في القنوات العمومية
04	بساطة طرحه وصدق تقديمه للمعلومات
05	تشكيل وتوجيه الرأي العام حول كيفيات العمل السياسي
06	المساهمة في تعزيز الانتماء إلى الوطن
07	تناوله لقضايا توافق رأيك وتطلعاتك لمواجهة مختلف التحديات
08	كسب خبرات في تدبير الشؤون المحلية للتطوير والتغيير مستقبلا
08 مكرر	يتيح فرصا في عملية صنع القرار السياسي
09	يساعدك في تبني اتجاه معين وتكوين اتجاهك.

و نتيجة لتجاوب أو استجابة أفراد العينة بالإيجاب نحو كل عبارات المقياس ـ ما عدا العبارات رقم (14 ، 15 ، 18) حيث حازوا على درجة تقدير متوسط ـ بالموافقة بشدة و الموافقة و بنسب مرتفعة مقارنة باحتمالات الحياد و عدم الموافقة و عدم الموافقة بشدة ، إضافة إلى المتوسط الحسابي العام الذي بلغ 3,55 بدرجة تقدير عالية ، لهو مؤشر يدل على أن اتجاهات أفراد العينة إيجابية نحو البرنامج السياسي" هنا الجزائر " لإسهامه في تطوير قدرة الطلبة على بناء تصور حول مستقبلهم و مجتمعهم ، و ذلك لمواكبته للأحداث التي تساعدهم على بناء تصوراتهم عن كل ما يجري حولهم و زيادة وعيهم السياسي .

2-4-**إسهام برنامج هنا الجزائر في تطوير القدرة العقلية والمهارة السلوكية لدى الطالب الجامعي:** ان التحليل الاحصائي للبيانات المجمعة أفرزت متوسطات حسابية تراوحت ما بين (3,93 إلى 3,16) فجاء ترتيب العبارات كما يظهر في الجدول رقم (08)

العبارة	الترتيب وفقا للتحليل الاحصائي
يفيدك في اثارة روح المشاركة والتفاعل	01
ينمي القدرة على مناقشة مختلف القضايا مع الآخرين.	02
معرفة التطورات السياسية الحاصلة التي تعينك على تقبل الاخرين عند الخوض في نقاش سياسي	03
يزودك بأساليب وطرق الحوار	04
تقديم تعليقات وتحليلات تساعدك على تكوين وتنمية جوانب عديدة من ثقافتك	05
الارتقاء بأفكارك باكتساب مهارات جديدة للاستفادة منها في مجال العمل	06
القدرة على التصرف في المواقف المختلفة من خلال كفاءة الاداء	07
نوعية تقديم الخدمة في عرض البرنامج	08
وهي نقل ثقافة القيم والمحاججة والاقناع	09
تسطير أهدافك الاجتماعية	10
تسهيل ممارسة مختلف الأنشطة والتواجد سياسيا في المستقبل	11
يعمل على تلبية حاجاتك وبلورة اهتماماتك	12

و يتضح من خلال النسب المئوية و المتوسطات الحسابية العالية للمحور الثاني إضافة إلى المتوسط الحسابي العام الذي بلغ 3,58 ، أن معظم مفردات العينة كانت استجاباتهم نحو الموافقة بشدة و الموافقة بنسب مرتفعة لعبارات المحور الثاني ، و بدرجة تقدير عالية كذلك حسب متوسطات العبارات ، ما عدا بعض الاستثناءات الطفيفة في احتمالي المحايدة و عدم الموافقة ، الأمر الذي يؤكد استجابة طلبة العلوم الاجتماعية و بصيغة إيجابية نحو عبارات المقياس ، أو نحو البرنامج السياسي " هنا الجزائر " باعتبار أنه يسهم في تطوير قدراتهم العقلية و مهاراتهم السلوكية ، و ذلك من خلال تنمية معارفهم السياسية لمعرفة التطورات السياسية الحاصلة التي تعينهم على تقبل الآخرين ، بالإضافة إلى تزويدهم بأساليب و طرق الحوار و إثارة روح المشاركة و التفاعل و تنمية القدرة على مناقشة مختلف القضايا المطروحة للنقاش .

3–اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى : يساهم البرنامج التلفزيوني " هنا الجزائر " في إدراك الطالب الجامعي للمحيط الذي يعيش فيه ، و اعتمادا على ما ورد في البيانات السابقة من تكرارات و نسب مئوية إضافة إلى المتوسطات الحسابية و بدرجة عالية نحو عبارات المحور الخاص بالفرضية الأولى ، تتجلى لنا النزعة الإيجابية لأفراد العينة نحو عبارات المقياس و بدرجَتَيْ موافقة بشدة و موافقة نحو برنامج " هنا الجزائر " ، لأنه يعمل على إشباع رغباتهم وحاجاتهم المتمثلة في إدراكهم لمحيطهم الذي يعيشون فيه ، و بالموازاة مع اعتمادهم على هذا البرنامج فهو ؛- ينمي فهمهم للواقع و الأحداث الاجتماعية الجارية بوزن مئوي لتكرارَيْ الموافقة بشدة و الموافقة بلغ 91% .

- ينمي معارفهم وثقافتهم السياسية بنسبة موافقة بشدة وموافقة لأفراد عينة البحث بلغت 91,1%.

- كما يتضح أن تجاوبهم مع هذا البرنامج يعود كذلك لتناوله مواضيع محلية تناسب اهتماماتهم، إضافة إلى معالجة ومناقشة القضايا السياسية ومختلف المستجدات وذلك بنسبة موافقة بشدة 76,8%.

الفرضية الثانية: يطور البرنامج التلفزيوني " هنا الجزائر " قدرة الطالب على بناء تصوره حول مستقبله ومجتمعه، حيث تؤكد الاتجاهات الإيجابية لغالبية الطلبة المبحوثين لصالح ما يقدمه لهم هذا البرنامج، ووفقا للنسب المئوية والمتوسطات الحسابية العالية لعبارات المحور الثاني يتضح أن:

- مواكبته للأحداث يساعدهم على بناء تصوراتهم عن كل ما يجري حولهم وهو ما تؤكده نسبة 78,6% من أفراد العينة.

- يقوم بتعبئة الرأي العام إضافة إلى أنه يزيد من وعيهم السياسي وفقا لما أكده المبحوثون بنسبة بلغت 67,8% .

- يسهم في تشكيل رؤاهم وتوجهاتهم حول كيفيات العمل السياسي وهذا ما تؤكده نسبة قدرها 66,1% من أفراد العينة.

- موافقته لتطلعاتهم في مواجهة مختلف التحديات وهو ما أكدته نسبة 60,7% من أفراد العينة.

- تعدد وتنوع القضايا السياسية المطروحة النادرة في القنوات العمومية وهو ما تؤكده نسبة 59% من المبحوثين.

الفرضية الثالثة: يطور البرنامج اللفزيوني " هنا الجزائر " القدرة العقلية والمهارة السلوكية وهذا ما أكدته نتائج القراءات السابقة، للنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وبمستوى عالي وفقا لمستوى المتوسط المرجح لاتجاهات الطلبة نحو عبارات المحور الثالث، وبصورة إيجابية، حيث أنه؛

- يفيدهم في إثارة روح المشاركة والتفاعل هذا بنسبة قدرت بـ 76,8% من أفراد العينة.

- تنمية قدراتهم على مناقشة مختلف القضايا مع الآخرين بنسبة بلغت أيضا 76,8% من أفراد العينة.

ـ معرفة التطورات السياسية الحاصلة التي تعينهم على تقبل الآخرين عند الخوض في النقاشات السياسية وذلك بنسبة 82,2% من أفراد العينة.

ـ يزودهم بأساليب وطرق الحوار بنسبة قدرت بـ 76,8% من أفراد العينة

ـ الارتقاء بأفكارهم باكتساب مهارات جديدة للاستفادة منها في مجال العمل مستقبلا وهذا بنسبة بلغت 66,1% من أفراد العينة. فمن خلال النتائج المتوصل إليها حسب الفرضيات الجزئية للدراسة نستنتج بأن لطلبة العلوم الاجتماعية اتجاهات إيجابية نحو البرامج السياسية لقناة الشروق نيوز حصة " هنا الجزائر " تحديدا لمساهمته في زيادة وعيهم بقضاياهم الحاضرة والمستقبلية فالفرضية العامة قد تحققت.

خاتمة:

إن الطلبة الجامعيين وبحكم قيمتهم ووزنهم أو مركزهم الريادي، وما يملكونه من قدرات علمية وفكرية تؤهلهم لفهم الواقع المعاش وما يدور على الساحتين السياسية والاجتماعية وهم يتأثرون بالبرامج التلفزيونية التي تقوم بعرض الأحداث ومتابعة تطوراتها بصورة فورية من أماكن حدوثها، وعقد ندوات الحوار السياسية بدعوة مختلف الأطراف لعرض وجهات نظرها في الموضوعات السياسية التي تمس اهتمامات الجمهور. اضافة الى تقديم التحليلات والتفسيرات للأحداث والمستجدات بالنقل الحي المباشر وسماع وجهات النظر المختلفة للمسؤولين والجماهير والوقوف على ردود أفعالهم إزاء قضايا وأحداث الساعة، مع القيام بنقل المعلومات والمعارف وكذا تبليغ اللوائح والقوانين وعرض الخبرات وتعميمها على المشاهدين بأساليب مشوقة. كما قد يأخذ دور الناقد لكل ما يتعلق بمجريات الحياة السياسية والمواقف الغامضة. كذلك توحيد الأفكار والاتجاهات، وتعميق المشاعر الوطنية والقومية وتعزيز المواقف السياسية إزاء مختلف الأحداث وتطوراتها. (مصطفى حميد كاظم الطائي . 2007 . 86) .

كما يستخدم التلفزيون في" الإقناع السياسي " و التأثير النفسي على الجماهير و تطويعها لخدمة الأهداف السياسية و تنشيط إسهامها في خطط البناء و التغيير في مجالات الحياة كافة ، لما له من دور في التعبئة التي تحتاجها معظم الأطياف السياسية ، و هذا لتأييد مواقف و إجراءات تخدم خططها و يؤكد " جورج بالأندية عن أنه " لا توجد سياسة دون إخراج مسرحي أو إخراج تلفزيوني و لكن دون تهويل و دون طقوس و مظاهر تثير الخشية في النفوس و تحس الناس بالريبة ، حيث تجعلهم يحسون بوجودها و قوتها و وجوب الانصياع لما تقوله ، و أشار" غوستاف لوبون " منذ أواخر القرن التاسع عشر إلى أهمية الدراسات النفسية في الإعلام و السياسة محاولا شرح خصائص الفنان المتعددة ، ثم حدد الوسائل التي يجب مراعاتها لإقناع الجماهير و كيفية التأثير فيها و قيادتها .(جورج بلانديه . 1986. 30). كما يقوم بتعميق الوعي بالممارسات السياسية في المجتمعات المعاصرة، ويسهم في زيادة وعيها

السياسي باعتباره الواجهة السياسية في عالم اليوم فهو أحد عناصر الإعلام الذي يمارس وظيفة السلطة الرابعة. ومن هذا المنطلق يمكن القول إن كل ما لدى الجمهور من معلومات حول السلطة وممارساتها، ما هو إلا تعبير عما تنقله وسائل الإعلام الجماهيري، وتساهم في تشكيل ضغوط كبيرة على صناع القرار وتدفعهم لاتخاذ قرارات معينة وانتهاج سياسات جديدة تعبر عن حاجات الجماهير وتطلعاتهم. (مصطفى حميد كاظم الطائي. 85)

المراجع:

أولا–الكتب:

ـ بلقاسم سلاطنية وحسان الجيلاني (2012). أسس المناهج الاجتماعية، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع.

ـ هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات (2008). ط1، الأردن دار أسامة للنشر.

ـ مصطفى حميد كاظم الطائي (2007). الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.

ـ نسيمة طبشوش (2012). القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، الجزائر، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر.

ـ سهير كامل أحمد (2001). علم النفس الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، مصر، مركز الإسكندرية للكتاب.

ـ عاطف عدلي العبد (2008). نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، القاهرة، دار الفكر العربي.

ـ علي عبد الفتاح كنعان (2014)، نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، الأردن، دار الأيام للنشر والتوزيع.

ثانيا –معاجم وموسوعات:

ـ محمد حمدان (2007)، معجم مصطلحات التربية والتعليم، ط 1، عمان. دار كنوز للنشر.

ـ فرج عبد القادر طه (2002). موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، ط2، القاهرة دار غريب للنشر

ثالثا–مقالات منشورة في مجلات:

ـ جورج بلانديه (1986). السلطة والحداثة، مجلة الفكر العربي المعاصر، العدد 41، مركز الإنماء القومي للنشر، بيروت.

ـ نعيمي، مليكة وبوحزام، نوال (2014)، القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد السادس، جامعة الوادي، الجزائر.

رابعا–أطروحات ورسائل:

ـ مازن المناصير، أشرف محمد (2011). اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناةmbc1 (مذكرة ماجستير في إعلام)، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

ـ بوزيان، عبد الغني. (2010). استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية للقناة الأرضية والإشباعات المحققة منها (مذكرة ماجستير في الاتصال والتنمية المستدامة)، جامعة باجي مختار عنابة.

ـ نديم ربحي، محمد الحسن. (2008). اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية (رسالة ماجستير)، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن.

ـ قبلان، عبده وقبلان، حرب (2008)، اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني، (مذكرة ماجستير)، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بالأردن.

خامسا–الجرائد:

ـ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون الإعلام العضوي 12 جانفي 2012، العدد 02، 15 جانفي 2012، الجزائر.

سادسا: المواقع الالكترونية

– تم تصفح هذا الموقع يوم 09 / 03 / 2016 على الساعة 20:48
http://www.alwasatnews.com/news/195658.html

– تم تصفح هذا الموقع يوم 19 / 05 / 2016 على الساعة 09:20
http://aljazair24.com/media/27800.html

اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المسلسلات التركية المدبلجة في ضوء متغير السكن:

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة سعيدة.

Trends of university students toward Turkish series, which are included in the light of the variable housing:

Field study on a sample of Saida university students

د/ عبد الله عينو *

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين بالجزائر نحو مشاهدة المسلسلات التركية وفق متغير السكن، وظف الباحث المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة كأداة للبحث على عينة **قدرها** 120طالبة من الجامعة، وعن طريق الأساليب الإحصائي205ة الملائمة أسفرت النتائج: اتجاهات إيجابية نحو المسلسلات التركية لدى طالبات المدينة والقرى.

الكلمات المفتاحية: الدراما، المسلسلات، الاتجاهات، الدبلجة، تركية

Summary:

the Aim of study to Identify on The Towards Of The Students University In Algeria About Watching Serial Turkish series in light of the variable housing ,The Researcher Used Descriptive Analytical Approach And questionnaire Tool the for Data Collection ,On Sample include 120 Students Of The University Saida And Using the Styles Statistical ,The Result showed Towards Positive About Turkish Serials, At the students of the city and the villages.

Key words: Drama, Sseries, Towards, Translated, Turkish

[1] * - أستاذ محاضر ،جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة–الجزائر/ **abdellahainou@yahoo.fr**

مقدمة:

يقدم تفاعل البشر مع الإعلام قدم البشرية فقط باختلاف الوسائل وتطورها، حيث أصبح الإعلام اليوم أداة جد فاعلة في التحكم وتشكيل الرؤى والاتجاهات ،وقد تفطنت الكثير من الدول إلى ذلك من أجل إشاعة أيديولوجياتها وفلسفتها وبسط نفوذها وطرح أفكارها، إذ تعد تركيا واحدة من تلك الدول، قد حققت الدراما التركية مرادها أمام الضعف في الإنتاج الإعلامي الوطني والعربي، والخطر يكمن في التأثير السلبي الذي تخلفه هذه المسلسلات على المواطن العربي ومجال علاقاته الاجتماعية والأسرية والأحوال الشخصية، فلا بأس بأن تنشر مجد حضارتها التي كانت منارة للعالم العربي في التحضر في فترة الازدهار الذي مس الدولة العثمانية وربوع أقطارها، وبسبب هذا تنفق الهيئات في ربوع أقطار العالم الأموال الكثيرة على إنتاج أحدث وسائل الإعلام والبث، ومن بين الدول التي ظهرت تعرض قوتها في الآونة الأخيرة الثقافة التركية التي أضحت تصدر منتجاتها كلها إلى الوطن العربي المستهلك ،مع الغياب المنافس الحقيقي لها فوفرت له القيادة كل ما يلزم للتأثير العميق على المشاهد العربي.

تسعى معظم دول العالم إلى إبراز وتحقيق طموحاتها المتنامية وغير متناهية تريد أن تلمس بطموحاتها عنان السماء وفي ضوء ذلك تسعى إلى فرض أيديولوجياتها على مختلف الدول التي يسودها الفراغ والتي تقع في وسط الطريق ومفترقه مما مكنها باستخدام وسائل كثيرة على تحقيق طموحاتها، يعني طموحات الدول الكبرى عن طريق الوسيلة الإعلامية وقد وجدت المسلسلات خير وسيلة لذلك بحيث أنها تحقق المتعة في المشاهدة وتسهيل تمرير رسائل نفسية واجتماعية وسياسية واقتصادية في ذروة النشاط العاطفي لدى المشاهد حيث يتم تمرير رغبات الدفينة وتضييق مساحة رقابة العقل، كما تم استهداف الفئات الأكثر تأثرا في الشاهدة وعلى رأسها فئة الفتيات المراهقات أو النساء ممن يتوفر لديهن فراغ عاطفي أو نفسي، وإن استهداف المرأة بحد ذاتها لا يتوقف الأمر عند هذا الحد بل ذلك يعني استهداف جيل كامل من وراءها، قد يعتقد البعض بأننا قد بالغنا كثيرا ولا يتعدى أن يكون مجرد متعة مشاهدة عابرة، لكن الذي يؤكد المخاوف السابقة هو إسراع الكثير من الدول العربية إلى حظر عرض الكثير من المسلسلات التركية عن ساحة قنواتها الإعلامية، و كثير من الدراسات على غرار هذه الدراسة تؤكد التأثير الكبير والعميق لمشاهدة المسلسلات التركية على القيم وشخصية المشاهد.

الإشكالية:

لقد برز دور الإعلام في الساحة العالمية والعربية منها وتأثيره الواسع في قيادة الجماهير وتحريكها وتغيير اتجاهاتها فهو قوة وسلطة بحق رابعة فاعلة كقوة السياسة والتسلح والعلم والاقتصاد ومنه سارعت الكثير من الدول إلى بسط سلطتها على السلطة الرابعة وتوظيفها أحسن استغلال ولا يزال عبر العصور الإعلام أداة فاعلة ومؤثرة، ولقد غدت تركيا الدولة القائمة بعد السبات في تحقيق عجلة التطور والنهوض، نمت معها أحلامها وطموحاتها في بلوغ مجد الدولة العثمانية من خلال تمرير هذا الهدف عبر وسائل الإعلام وقد وجدت في المسلسلات التركية المدبلجة ضالتها والتي ساهمت في جذب المتفرج العربي عن طريق الإثارة وتشويق وتتابع في أحداث القصة الطويلة المعينة أو مجموعة قصص متفرعة تضفي عنصر المثالية وتتشرب إلى وجدان المشاهد وتحقق إشباعه النفسي والعاطفي، كلها عوامل أثرت ولا تزال تجدب المتفرج، لاسيما فئة النساء التي تواصل مشاهدة المسلسلات المدبلجة وبالخصوص التي أضحت موضة العصر التركية، وأضحت المرأة سواء التي في البيت أو الموظفة أو المتعلمة من أشد أفراد المجتمع تأثرا بما يبث وإدمانا عليه، ففي دراسة عبير(2012) أظهرت أن المرأة الكويتية تقضي من ساعة إلى ساعتين لمشاهدة المسلسلات المدبلجة المعروضة في القنوات العربية، وفي دراسة المناصير(2010) أكدت وجود تأثير للموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين، ودراسة عبدالله حسين،(2011) بينت أن الإناث لديهن مستويات مشاهدة للمسلسلات المدبلجة أكثر من الذكور في دولة الكويت، وفي دراسة منى دروي(2017)كشفت النتائج عن أن للطلبة اتجاهات ايجابية نحو الدراما المدبلجة (2001)،فكلها دراسات أكدت نتائجها مع اختلاف بيئاتها بين لبنان، الكويت ،مصر، ليبيا، والأردن أن المرأة أكثر إقبالا على المشاهدة ،وأن الدراما التركية لم تستثن وطنا عربيا ،بخلاف الأوطان الغربية الأوروبية أو الأجنبية على وجه العموم وهذا ما سنحاول إثباته أو إنكاره من خلال نتائج هذه الدراسة وعينة من الجزائر من خلال طرح **التساؤل العام التالي**: **- ما اتجاهات طلبة المدن والقرى بجامعة مولاي الطاهر بسعيدة نحو المسلسلات التركية المدبلجة؟**

التساؤلات الفرعية:

1-ما معدل مشاهدة طلبة المدن والقرى للمسلسلات التركية؟

2-ما طبيعة مشاهدة طلبة المدن والقرى للمسلسلات؟

3-ما هي أسباب ودوافع طلبة المدن والقرى لمشاهدة المسلسلات التركية؟

4-ما الإشباعات التي تحققها مشاهدة المسلسلات التركية لطلبة المدن والقرى الجامعيين من وجهة نظرهم؟

5-ما هي المسلسلات المفضلة لطلبة المدن والقرى؟ ولماذا؟

6-ما هي القضايا التي تعالجها المسلسلات؟ وما رأي طلبة المدن والقرى بها؟

7-ما هي القيم التي تحملها هذه المسلسلات؟ وما مدى تأثر طلبة المدن والقرى بها؟

8-ما هي أشكال تأثير المسلسلات على طلبة المدن والقرى؟

9-ما مبررات عدم مشاهدة طلبة المدن والقرى للمسلسلات؟

10-هل تؤدي مشاهدة المسلسلات التركية إلى الخيانة الزوجية من وجهة نظر طلبة المدن والقرى؟

11-هل تتسبب مشاهدة المسلسلات التركية في التفكك الأسري من وجهة نظر طلبة المدن والقرى؟

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في:

-إدراك الأثر الناجم عن المشاهدة على مستوى الأفراد والجماعات وباختلاف مكان الإقامة والتنشئة.

-أهمية الدراسة ترجع إلى إدراك كيف تتسبب المشاهدة في التأثير على البيئة المحلية بتغير الأفراد ومكان السكن.

-البث الإعلامي وبرامجه سواء الايجابي أو السلبي لا تستثني سكان المدينة من سكان الريف من خلال نتائجها الميدانية.

-الدراسة نتائجها ستكشف حقيقة البث التركي وأثره على الثقافة والهوية وعلى الفرد سواء كان طالبا من المدن أو القرى أو أي فرد آخر.

أهداف الدراسة:

-معرفة اتجاهات طلبة المدن والقرى بجامعة مولاي الطاهر بسعيدة نحو المسلسلات التركية المدبلجة، المسلسلات المفضلة لطلبة المدن والقرى، ومعدل المشاهدة، ومعرفة أسباب ودوافع الطلبة لمشاهدة المسلسلات التركية، ومعرفة القضايا التي تعالجها المسلسلات، وطبيعة القيم التي تحملها، ومعرفة الإشباعات التي تحققها مشاهدة المسلسلات التركية، ومعرفة إذا كانت تؤدي مشاهدة المسلسلات التركية إلى الخيانة الزوجية والتفكك الأسري.

مصطلحات الدراسة:

المسلسلات التركية: عبارة إنتاج إعلامي تركي يهدف إلى تحقيق إشباعات يكون على شكل قصص متسلسلة الأحداث تتقارب مع الواقع بالأخص التركي.

المدبلجة: اللغة التركية ولهجاتها لا يتقنها المشاهد العربي الذي يجد رغبة شديدة في متابعة المسلسلات التركية فتتم خدمته وجلب انتباهه بترجمتها إلى اللهجات التي تناسبه والمحببة إليه تسمى دبلجة.

الاتجاهات: هي جملة من الاستعدادات والميول النفسية نحو شيء ما وإلفافه بجملة من المشاعر بعد تحقيق الرضا والقبول الوجداني له.

الدراسات السابقة:

–دراسة ابتسام وهدى،2011، **هدفت للكشف عن اتجاهات طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة المسلسلات**، وظف المنهج المسح، تم توزيع 40 استبانة، وبعد المعالجة الإحصائية الملائمة أظهرت النتائج أن أفضل أنواع المسلسلات مشاهدة هي المسلسلات السورية60%، ثم التركية ب 40%، وأن 72.5% يشاهدون المسلسلات التركية المدبلجة ومسلسل سنوات الضياع أعلى مشاهدة 52.5%،وأن أفضل الأوقات متابعة المساء بنسبة 65% وكانت دوافع المشاهدة للتسلية والترفيه بالدرجة الأولى بنسبة 32.5%،وأن نسبة 65% يفضلون دبلجة المسلسلات التركية باللهجة السورية، وأن نسبة 10.34%تأثروا بالقيم المتضمنة، وأن نسبة27.5% لا يشاهدون هذه المسلسلات.

–دراسة ابتسام وهدى،2011،**اتجاهات طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة في الفضائيات العربية**، وظف المنهج المسح،وزعت188 استبانة، صحيفة استقصاء مقننة، كشفت الدراسة: أن نسبة الذين يشاهدون المسلسلات بشكل عام سواء بصورة منتظمة أو غير منتظمة 86.7%، أن نسبة الذين يشاهدون التركية المدبلجة بصورة منتظمة أو غير منتظمة 77.3 %، وأن الدافع الأساسي للمشاهدة هو الترفيه والتسلية 59.5 %،والمسلسلات التركية احتلت المراكز الأولى من حيث اهتمام المبحوثين بها ومشاهدتها كانت مسلسل وادي الذئاب بنسبة 11.05 %.

–دراسة المناصير،2010،اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية، هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي الأردني على الدراما المقدمة في الفضائيات في التزويد بالثقافة والقيم والمهارات وشمل مجتمع الدراسة طلبة جامعتي الأردنية الحكومية والخاصة ،وتكونت العينة من 445 طالبا وطالبة استخدم المنهج

الوصفي، أسفرت النتائج عن وجود اختلاف في اتجاهات الطلبة نحو الدراما التلفزيونية باختلاف طبيعة المادة المعروضة، وجود تأثير للموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما في تشكيل اتجاهات الجامعيين.

تعليق على الدراسات: يتبين من خلال الدراسات السابقة أنها ترتبط بالموضوع ذاته هو الاتجاهات ودور البرامج التلفزيونية لاسيما المسلسلات التركية منها، وهو موضوع الدراسة هذه ،كما ركزت أغلبها على غرار هذه الدراسة على عينة الطلبة مثل دراسة المناصير،2010 ،ودراسة ابتسام وهدى،2011 وغيرها، وكل الدراسات وظفت المنهج الوصفي أو المسحي على غرار دراسة نجوى العبادلة،2001، ودراسة ابتسام وهدى2011،أما الأدوات فكل الدراسات استخدمت الاستبيان كأداة وهي بذلك تتفق مع هذه الدراسة فيه كذلك، وتتفق أغلب الدراسات المعروضة مع هذه الدراسة في الأساليب الإحصائية المنتقاة للمعالجة ثم وأخيرا تتفق هذه الدراسة في النتائج المتوصل إليها في الإجابة عن التساؤل الرئيسي، ولكن تتباين في غيره وتتفق وقد تكون نتائج هذه الدراسة متقاربة مع نتائج الدراسات السابقة، على كل حال تخدم الدراسات السابقة إجراءاتها هذه الدراسة في أكثر من وجه.

الإطار النظري للدراسة:

أنواع الدراما التلفزيونية:يعتبر التلفاز من أشد وسائل الاتصال الجماهيري وأغلب الناس يتابعون برامجه باختلاف مستوياتهم التعليمية وأوضاعهم الاجتماعية فكل منهم يغذي إشباعه وفق ما يرغب من برامج يشاهدها بل حتى الناس باختلاف المناطق التي يعيشون فيها من العالم يتابعون البرامج الإعلامية ومهما اختلف مكان سكناهم بين مدينة أو قرية وريف أو خيمة وملجأ إلا إن التلفاز ببرامجه حاضر للتنفيس وإشباع الرغبات وهذه أهم أنواع الدراما التلفزيونية التي تعرض:

التمثيل: يتم وفق قصة عن مشهد واقعي أو خيالي وفيه أنواع: تمثيلية السهرة، المسلسل، السلسلة، التمثيلية المعدة، التمثيلية المترجمة، الفيلم.

قواعد الدراما: إن على الكاتب للدراما التلفزيونية أن ينضبط بقواعد لبناء فني واعد من خلال الاستفادة قدر المستطاع من الديكور، الإضاءة، والكاميرات والعدسات شخصيات مبدعة وحوار، البساطة، وقوة القصة، إثارة الأزمة فهي أساسيات ضرورية. (عبد الله حسين الصفار،2011، ص28 -27)

ومن المشهود أن التلفاز يباشر في تثقيف أطياف المجتمع وتقديم طرق مختلفة من التصرفات الفردية والجماعية، ويوفر للإنسان المكتسبات التي قد تساعده في حياته العادية وتقدم له خدمة إيجابية أو سلبية في عملية التوافق مع مجتمع، ولا يزال التلفاز يؤدي وظائفه مهما اختلفت الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تعتري المجتمع الذي يعيش فيه، فإنه يركز على تثبيت الأفكار ومعتقدات والقيم أو تغير أو رفض بعض القيم والأفكار والقناعات، ويضاف إلى ذلك أن التلفاز لاشك يساهم في تطوير سبل العادات وفنيات السلوك الإرادي عند الصغار والكبار على حد سواء وذلك من أجل مواكبة التطور الاجتماعي الجار في المجتمع، في الوقت نفسه يرى الأستاذ الدكتور إبراهيم أبو عرقوب أستاذ الإعلام في الجامعة الأردنية أن حجم الإقبال الكبير على مشاهدة المسلسلات مؤشر على "أزمة عاطفية" يبدو أن العالم العربي يعاني منها. (هدى وابتسام،2011، ص66)

الاتجاهات: جمع لكلمة الاتجاه تعني موقف عقلي أو حالة نفسية، وهو نوع من الأنشطة أو الأفعال التي يرغب الفرد في المشاركة بها، **وحسب** سشيفان وكنك بأنها ميول تنتج من خلال التعلم وتكون للفرد إما لشعور قد يكون محبب أو غير ذلك تجاه موضوع ما، فهي تعبير عما يحبه الفرد وما لا يحبه ويميل إليه، فميل الرغبة والتأثر وتكوين مشاعر اتجاه المسلسلات التركية يمكن قياسه عن طريق استبيانات ومقاييس تقيس الاتجاهات. (الصفار ،2011، ص9)

إجراءات الدراسة:

منهج الدراسة: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لأنه أكثر مناسبة للموضوع المدروس.

مجتمع الدراسة: كل طلبة جامعة الدكتور مولاي الطاهر بمدينة سعيدة –الجزائر المسجلين للسنة الجامعية 2014-2015 هو مجتمع الدراسة.

عينة الدراسة: عينة الدراسة تتألف من 120 طالبة مختارة بطريقة عشوائية وهي تمثل 1 % من إجمالي مجتمع الدراسة موزعين كالتالي:

الجداول رقم (1) توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

الجنس	العدد	النسبة
ذكور	0	0
إناث	120	100
المجموع	120	100

يتضح من الجدول أن مجموع أفراد عينة البحث هي 120 أنثى اختيارا غير عشوائيا، لأن الإناث أكثر مشاهدة لهذه المضامين الإعلامية وهن أكثر استهدافا من الذكور وهذا في جميع أوطان العالم العربي.

الجدول رقم(2) أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية.

الحالة الاجتماعية / التعداد	العدد	النسبة
أعزب	113	94,166
متزوج	07	5,833
مطلق	0	00
أرمل	0	00
المجموع	120	100

نلاحظ أن فئة العازبات نسبتها 94,166 بالمائة بالجامعة، في حين نجد نسبة 5,833بالمائة هي فئة متزوجات وانعدمت لفئة مطلق وأرمل.

الجدول رقم(3) أفراد العينة حسب متغير مكان السكن

مكان السكن / التعداد	العدد	النسبة
مدينة	103	85,833
قرية	16	13,333
مخيم	01	0,833
المجموع	120	100

حسب متغير مكان السكن نجد أن غالبية مجتمع البحث يسكنون بالمدينة بنسبة 85,83 بالمائة ونسبة 13,33 بالمائة يقطنون في القرية، نسبة 0,84 بالمائة في المخيم.

الجدول رقم(04) أفراد العينة حسب متغير التخصص

التخصص	العدد	النسبة المئوية
أدب عربي	12	17,9104
علوم الإعلام والاتصال	7	10,447
حقوق	14	20,895
علم النفس	5	7,462
اللغة الانجليزية	9	13,432
علوم اقتصادية	1	1,492
علوم سياسية	11	16,417
علوم تجارية	6	8,955
علوم اجتماعية	2	2,985
المجموع	67	100

نجد نسبة 20,895 بالمائة حقوق، ونسبة 13,432 بالمائة لغة انجليزية 17,9104 بالمائة أدب عربي و10,447تخصص إعلام واتصال، و 7,462بالمائة علم النفس، ونسبة 1,492 بالمائة علوم اقتصادية، وعلوم سياسية ب16,417بالمائة في حين نجد 8,955بالمائة علوم تجارية و 2,985بالمائة علوم اجتماعية.

الحدود الزمانية والمكانية: تم إجراء الدراسة من شهر ماي إلى غاية نهاية جوان بجامعة الدكتور مولاي الطاهر بمدينة سعيدة، الجزائر، سنة2015.

أداة البحث: وظف الباحث استبانة للم المعلومات والبيانات تم بناؤها من قبل الباحثتان هدى جواد وابتسام محمد بدر كلاب، تختبر اتجاهات الطلبات الجامعيات نحو متابعة المسلسلات التركية، وتم اختبارها في البحث سنة 2010 وتم تصنيف استبانة البحث إلى:

الجزء الأول: تشتمل النوع والكلية ومكان السكن والحالة الاجتماعية، تخص البيانات العامة لعينة الدراسة.

الجزء الثاني: المشاهدة ودوافع التفضيل وتضمنت مدى مشاهدة المبحوثين لهذه المسلسلات، ودوافع تفضيلهم لها، ومدى تفضيلها على غيرها من المسلسلات العربية، وكذا أسباب عدم متابعة هذه المسلسلات عند من لا يشاهدونها.

الجزء الثالث: مستوى تأثير المسلسلات على الطلبة، وتحوي تأثير هذه المسلسلات على الطلبة وأشكال التأثير، وهي الأجزاء التي تم الارتكاز عليها في الدراسة الحالية وجمع المعلومات وتحليل البيانات وفقها، وتم التحقق من خصائص الأداة السيكو مترية عن طريق الصدق التجريبي بتطبيق الأداة في دراسة على بيئة عربية وقد حققت نتائج مرضية، وقد زاد الباحث عبارات مثل هل تؤدي مشاهدة المسلسلات التركية إلى الخيانة الزوجية؟ -وهل تتسبب مشاهدة المسلسلات التركية في التفكك الأسري؟

الأساليب الإحصائية: التكرارات، النسب المائوية

عرض النتائج:

عرض نتائج التساؤل الأول: -ما اتجاهات طلبة المدن والقرى بجامعة مولاي الطاهر بسعيدة نحو المسلسلات التركية المدبلجة؟

الجدول رقم 48: يبين مدى التعرض للمسلسلات التلفزيونية حسب متغير مكان السكان

مكان السكن / مشاهدة المسلسلات التلفزيونية	مدينة		قرية		مخيم	
	ع	%	ع	%	ع	%
نعم	54	%52,427	9	%56,25	0	%0
لا	8	%7,766	1	%6,25	1	%100
إلى حد ما	41	%39,805	6	%37,5	0	%0
المجموع	103	%100	16	%100	1	%100

تبين النتائج أعلاه بأن الطلبة الذين هم من المدينة يشاهدون بقوة وبالتساوي مع أهل القرية بنسبة بلغت 56 بالمائة لأهل القرية ونسبة 52 بالمائة لأهل المدينة في الخانة نعم ونسبة قليلة ممن ذكروا أنهم لا يشاهدون ونسبة متوسطة تقترب من 40 بالمائة لأهل المدينة والقرية فضلوا الحياد.

الجدول رقم 49: يبين مدى مشاهدة المسلسلات التركية وفق متغير مكان السكن

مكان السكن / مشاهدة المسلسلات	مدينة		قرية		مخيم	
	ع	%	ع	%	ع	%
نعم	57	%54,807	5	%31,25	0	%0
لا	8	%7,692	4	%25	1	%100
إلى حد ما	39	%37,5	7	%43,75	0	%0
المجموع	104	%100	16	%100	1	%100

النتائج توضح بأن طلبة المدينة يفضلون مشاهدة المسلسلات التركية بنسبة 54 بالمائة وطلبة الذين يسكنون القرى يفضلون الحياد في ذلك بنسبة 43 بالمائة، ثم تليها نسبة 31 بالمائة من طلبة القرى يفضلون مشاهدتها.

عرض نتائج التساؤل الثاني: -ما معدل مشاهدة طلبة المدن والقرى للمسلسلات التركية؟

الجدول رقم 53: يبين توزيع المبحوثات ومعدل المشاهدة وعلاقتها بمتغير السكن

مكان السكن / معدل المشاهدة	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
ساعة واحدة	47	%50,537	7	%58,333
ساعتين	32	%34,408	2	%16,666
ثلاث ساعات	14	%15,053	3	%25
المجموع	93	%100	12	%100

نسبة عالية لدى طلبة المدينة والقرى المشاهدة لديهم تتركز في خانة ساعة واحدة فقط في اليوم تنحصر بين 50 بالمائة و60 بالمائة.

عرض نتائج التساؤل الثالث: 3-ما طبيعة مشاهدة طلبة المدن والقرى للمسلسلات؟

الجدول رقم 54: يبين توزيع المبحوثات حسب طبيعة المشاهدة ومتغير مكان السكن

مكان السكن / رفقة المشاهدة	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
بصورة منفردة	21	%25,609	0	%0
مع الأسرة	58	%70,731	12	%100
مع الأصدقاء	3	%3,658	0	%0
المجموع	82	%100	12	*%100*

طلبة القرى كلهم يشاهدون المسلسلات مع الأسرة ولكن طلبة المدينة يختلفون في ذلك، لكن الغالب يقر بذلك بنسبة 70 بالمائة.

عرض نتائج التساؤل الرابع:4-ما هي أسباب ودوافع طلبة المدن والقرى الطلبة لمشاهدة المسلسلات التركية؟

الجدول رقم 58: يبين توزيع المبحوثات حسب تلبية احتياجات وعلاقتها بمكان السكن

مكان السكن / تلبية الاحتياجات	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
نعم	36	%36,734	0	%0
لا	35	%35,714	8	%61,53
أحيانا	27	%27,551	5	%38,46
المجموع	98	%100	13	%100

تساوى طلبة المدينة في الحاجات التي تلبيها المشاهدة بين نعم ولا وأحيانا تقريبا ولكن طلبة القرى يرون بأنها لا تلبي احتياجاتهم بنسبة 61 بالمائة.

الجدول رقم 51: يبين توزيع المبحوثات وأسباب مشاهدة المسلسلات

مكان السكن / أسباب المشاهدة	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
معالجتها القضايا الاجتماعية الهامة	35	%22,875	5	%16,666
التسلية والترفيه	32	%20,915	7	%23,333
إعجابك بالممثلين في المسلسل	34	%22,222	6	%20
الإعجاب بالديكور	14	%9,1503	3	%10
الهروب من الواقع	7	%4,575	1	%3,333
تضيع وقت الفراغ	8	%5,228	4	%13,333
قصص مثيرة	11	%7,189	1	%3,333
إعجاب بالعلاقات العاطفية	12	%7,843	3	%10
المجموع	153	%100	30	%100

النتائج تبين بأن طلبة المدينة تتساوى أسباب المشاهدة لديهم، وكذلك طلبة القرى إلا أنها ترتفع عند سبب الترفيه والتسلية بنسبة 23 بالمائة.

عرض نتائج التساؤل الخامس: 8-ما الإشباعات التي تحققها مشاهدة المسلسلات التركية طلبة المدن والقرى الجامعيين من وجهة نظرهم؟

الجدول رقم 57: يبين توزيع المبحوثات حسب تلبية احتياجات وعلاقتها بمكان السكن

مكان السكن / تلبية الاحتياجات	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
لأنها تمثل واقع نعيشه	51	%42,5	8	%33,333
لأنها مفقودة في حياتنا	36	%30	5	%20,833
لأنها تناسب اهتماماتي	14	%11,666	7	%29,166
لأنها تواكب التطور والموضة	19	%15,833	4	%16,666
المجموع	120	%100	24	%100

أما الأسباب في الإشباع فطلبة المدينة يرون بأنه واقع معاش بنسبة 42 بالمائة وكذلك طلبة القرى بنسبة 33 بالمائة، أما باقي الأسباب فقد احتلف فيها طلبة المدينة عن طلبة القرى.

عرض نتائج التساؤل السادس: -ما هي المسلسلات المفضلة لطلبة المدن والقرى؟ ولماذا؟

الجدول رقم 55: يبين توزيع المبحوثات وأفضلية المسلسلات التركية وعلاقتها بمكان السكن

مكان السكن / رفقة المشاهدة	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
العشق الممنوع	56	%16,568	5	%5,494
سنوات الضياع	32	%9,467	5	%5,494
رماد الحب	5	%1,479	1	%1,098
وادي الذئاب	21	%6,213	3	%3,296
نور	6	%1,775	6	%6,593
الشهرة	3	%0,887	3	%3,296
الأرض الطيبة	14	%4,142	7	%7,692
صرخة حجر	8	%2,366	4	%4,395
زهرة الحب	2	%0,591	1	%1,098
الأوراق المتساقطة	17	%5,029	2	%2,197
الحب المستحيل	1	%0,295	2	%2,197
جواهر	3	%0,887	1	%1,098
دموع الورد	28	%8,284	6	%6,593
ميرنا وخليل	11	%3,254	6	%6,593
أمي	5	%1,479	1	%1,098
سبيلا	4	%1,183	5	%5,494
عاصي	10	%2,958	5	%5,494
الحلم الضائع	12	%3,5502	2	%2,197
قصر الحب	3	%0,887	4	%4,395
لا مكان لا وطن	4	%1,183	1	%1,098
ويبقى الحب	6	%1,775	3	%3,296
أحلام بريئة	3	%0,887	1	%1,098

لحظة وداع	14	%4,142	6	%6,593
قلوب منسية	3	%0,887	1	%1,098
إيزل	8	%2,366	2	%2,197
قلب شجاع	1	%0,295	1	%1,098
الغريب	2	%0,591	2	%2,197
حريم السلطان	59	%17,455	7	%7,692
المجموع	338	%100	91	%100

طلبة المدينة كان مسلسل العشق الممنوع أكثر المسلسلات مشاهدة، بخلاف طلبة القرى تختلف نسبة المشاهدة وتتقارب بين جميع المسلسلات.

عرض نتائج التساؤل السادس –ما هي القضايا التي تعالجها المسلسلات؟ وما رأي طلبة المدن والقرى بها؟

الجدول رقم 56: يبين توزيع المبحوثات والقضايا التي تعالجها المسلسلات وفق مكان السكن

مكان السكن / القضايا المعالجة	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
الحب والرومانسية	67	%49,629	10	%38,461
العلاقات الزوجية	30	%22,222	5	%19,2307
العلاقات غير الزوجية	11	%8,148	2	%7,692
الفقر والبطالة	8	%5,925	3	%11,538
الدفاع عن الوطن	19	%14,074	6	%23,076
المجموع	135	%100	26	%100

يفضل طلبة المدينة قضايا الحب والرومانسية التي تعرضها المسلسلات في المشاهدة بنسبة 49 بالمائة وطلبة القرى يفضلونها كذلك بنسبة 38 بالمائة.

عرض نتائج التساؤل:

7-ما هي القيم التي تحملها هذه المسلسلات؟ وما مدى تأثر طلبة المدن والقرى بها؟

الجدول رقم 60: يبين توزيع المبحوثات وتأثرهن بالقيم المتضمنة في المسلسل حسب مكان السكن

مكان السكن / القيم المتأثر بها	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
نعم	47	%47,959	6	%50
لا	22	%22,448	3	%25
أحيانا	29	%29,591	3	%25
المجموع	98	%100	12	%100

سواء طلبة المدينة والريف تبين النتائج أعلاه بأنهم جميعا يتأثرون بالقيم الموجودة في المسلسلات حيث بلغت عند طلبة المدينة 47 بالمائة وعند طلبة القرى 50 بالمائة.

الجدول رقم 61: يبين توزيع المبحوثات حسب نوع القيم المتأثر بها ومكان السكن

مكان السكن / القيم المتأثر بها	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
قيم إيجابية	90	%91,836	12	%100
قيم سلبية	8	%8,163	0	%0
المجموع	98	%100	12	%100

طلبة القرى جميعا ودون استثناء يقرون بأنها تحمل قيم إيجابية المسلسلات، ونسبة 91 بالمائة لدى طلبة المدينة يرون بأنها تحمل قيم إيجابية.

عرض نتائج التساؤل: 9-ما هي أشكال تأثير المسلسلات على طلبة المدن والقرى؟

الجدول رقم 62: يبين توزيع المبحوثات والقيم الإيجابية المتأثر بها ومكان السكن

مكان السكن / القيم الإيجابية	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
الأصالة والوفاء	15	%10,273	6	%21,428
الجدية وتحمل المسؤولية	23	%15,753	2	%7,142
الشجاعة	54	%36,986	5	%17,857

الاعتزاز بالنفس والكرامة	19	%13,013	6	%21,428
الكفاح من أجل الوصول إلى هدف	32	%21,917	7	%25
الكرم والجود	3	%2,054	2	%7,142
المجموع	146	%100	28	%100

طلبة المدينة حسب النتائج يرون بأنها تحمل قيمة الشجاعة بنسبة 36 بالمائة ولكن طلبة القرى تتشتت اتجاهاتهم في نوعية القيمة الإيجابية التي تحملها المسلسلات.

الجدول رقم 63: يبين توزيع المبحوثات والقيم السلبية المتأثر بها ومكان السكن

مكان السكن / القيم السلبية	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
تكوين علاقات عاطفية	14	%25	6	%30
البخل	0	%0	0	%0
الخيانة	29	%51,785	6	%30
إثارة الشهوات	1	%1,785	2	%10
مشاكل الأسرية	9	%16,071	5	%25
زنا المحارم	12	%21,428	1	%5
المجموع	56	%100	20	%100

أما طلبة المدينة فيرون بأن القيمة السلبية التي تحملها المسلسلات هي الخيانة بنسبة 51 بالمائة، وطلبة القرى فترتفع بين قيمتي تكوين علاقات عاطفية والخيانة بنسبة 30 بالمائة وهما قيمتان متقاربتان.

الجدول رقم 64: يبين توزيع المبحوثات وتأثرهن بالقيم المتضمنة في المسلسل وعلاقتها بمكان السكن

مكان السكن / حجم التأثير	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
نعم	72	%73,469	8	%66,666
لا	1	%1,0204	0	%0
إلى حد ما	25	%25,5102	4	%33,333
المجموع	98	%100	12	%100

يقر جميع الطلبة بنسبة عالية بلغت لدى طلبة المدينة 73بالمائة ونسبة 66 بالمائة بأن المشاهدة للمسلسلات تؤثر على قيمهم ويتأثرون بتلك القيم التي التعرض.

عرض نتائج التساؤل: –ما مبررات عدم مشاهدة طلبة المدن والقرى للمسلسلات؟

الجدول رقم 59: يبين توزيع المبحوثات اللواتي لا يشاهدن المسلسلات التركية

مكان السكن / سبب عدم مشاهدة المسلسلات	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
لا أحب مشاهدتها	5	%31,25	1	%6,25
تعرض مشاهد محرمة	2	%12,5	2	%12,5
منافسة لعادات وتقاليد المجتمع	3	%18,75	2	%12,5
وقتي لا يسمح	3	%18,75	4	%25
لأن مضمونها غير جيد	1	%6,25	3	%18,75
يوجد نوع من المبالغة	1	%6,25	2	%12,5
بعدها عن قضايا مجتمعنا	1	%6,25	2	%12,5
المجموع	16	%100	16	%100

تتباين النسب وتتساوى الأسباب والتبريرات لدى طلبة المدينة والقرى الذين لا يفضلون مشاهدة المسلسلات التركية والعامة.

عرض نتائج التساؤل: –هل تؤدي مشاهدة المسلسلات التركية إلى الخيانة الزوجية من وجهة نظر طلبة المدن و القرى؟

الجدول رقم 50: يبين توزيع المبحوثات حسب سبب الخيانة الزوجية وفق متغير السكن

مكان السكن / سبب الخيانة الزوجية	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
نعم	51	%52,0408	9	%75
لا	47	%47,959	3	%25
المجموع	98	%100	12	%100

النتائج توضح بأن طلبة المدينة يرون بأن المسلسلات تسبب الخيانة الزوجية بنسبة 52 بالمائة ولكن ممن يرفضون قد بلغت نسبتهم47بالمائة وهي تقترب من نسبة الإقرار بتأثيرها على الخيانة، أما طلبة القرى يرون ويقرون بأنها تسبب الخيانة الزوجية بنسبة 75 بالمائة.

عرض نتائج التساؤل: -هل تتسبب مشاهدة المسلسلات التركية في التفكك الأسري من وجهة نظر طلبة المدن والقرى؟

الجدول رقم 52: يبين توزيع المبحوثات وسبب التفكك الأسري وعلاقته بمكان السكن

مكان السكن / سبب التفكك الأسري	مدينة		قرية	
	ع	%	ع	%
نعم	33	%33,333	11	%68,75
لا	66	%66,666	5	%31,25
المجموع	99	%100	16	%100

نسبة عالية تبين النتائج لدى طلبة القرى يرون بأنها تسبب التفكك الأسري قدرت ب68 بالمائة، ونسبة عالية لدى طلبة المدينة لا يرون بأنها تسبب التفكك قدرت ب 66 المائة وهذا التباين لديه دلالة اجتماعية قوية.

مناقشة النتائج:

مناقشة التساؤل العام: –ما اتجاهات طلبة المدن والقرى بجامعة مولاي الطاهر بسعيدة نحو المسلسلات التركية المدبلجة؟ الطالبات الذين هم من المدينة يشاهدون بقوة وبالتساوي مع أهل القرية بنسبة بلغت 56 بالمائة لأهل القرية ونسبة 52 بالمائة لطالبات المدينة، لأن البث الإعلامي أصبح بشدة ويسير سواء على أهل المدينة والقرى مما جعل التقارب في الاتجاه ممكن، أما العينة التي فضلت الحياد فقد ترجع لخوف الكشف عن اتجاهاتهن، قد وافقت النتائج نتائج دراسة البياتي ونتائج دراسة عيسى الشماس،2005.

مناقشة التساؤل الثاني: –ما معدل مشاهدة طلبة المدن والقرى للمسلسلات التركية؟

يفضل غالبية طالبات المدينة والقرى المشاهدة بحجم ساعة واحدة فقط في اليوم تنحصر بين 50 بالمائة و60 بالمائة، ذلك يدل على أن القليل وإن دام يؤثر فحجم ساعة في اليوم له تأثير طويل المدى على القيم والأفكار والمعتقدات وهذا راجع إلى أن الطالبات الجامعيات وقت الدراسة لديهن أكبر إضافة إلى المسؤوليات الأسرية، وافقت دراسة سعد

2015، أثبتت نتائج الدراسة إدمان الأفراد على المشاهدة مسلسلين في اليوم بنسبة 60 بالمائة، وفي دراسة أرشيدي ،2012، أن المرأة الكويتية تمضي حتى ساعتين في متابعة المسلسلات التركية.

مناقشة التساؤل الثالث: -ما طبيعة مشاهدة طلبة المدن والقرى للمسلسلات؟

أظهرت النتائج أن طالبات القرى معظمهم يتابعون المسلسلات مع الأسرة لطبيعة الأسرة في القرى حيث تركز على الاجتماع، أما طالبات المدينة يختلفون في ذلك، لكن الغالب يقر بذلك بنسبة 70بالمائة،ذلك راجع إلى أن طالبات المدينة تعودن على التشتت والانفراد مع توفر المنازل الواسعة التي تخصص لكل فرد تلفاز وعرفة، وفقت دراسة عبد الرحمان محمد سعيد الشامي،2009،أوجدت علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كل من تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية وكثافته من جهة وتعرضهم للمسلسلات المدبلجة من جهة أخرى ، وفي دراسة سعد 2015، وافقت النتائج.

مناقشة التساؤل الرابع: –ما هي أسباب ودوافع طلبة المدن والقرى الطلبة لمشاهدة المسلسلات التركية؟

هنالك تقارب بين طلبة المدينة في الحاجات التي تلبيها المشاهدة فهم مترددين وحائرين، ولكن طلبة القرى اتخذوا القرار بأنها لا تلبي احتياجاتهم بنسبة 61 بالمائة، والأغلب يتابعها لأنها تعالج قضايا اجتماعية، لتليها الانبهار بالممثلين، والإعجاب بالديكور وهذا له تأثير الفتاة سواء كانت بنت قرية أو مدينة، وافقت دراسة عبد الرحمان،2009، في الدوافع المشاهدة إضافة إلى دافع الترفيه والتسلية، ودراسة الب يومي2000، أن الشباب الجامعي يفضل المضمون المنوه والدرامي.

مناقشة التساؤل الخامس: -ما الإشباعات التي تحققها مشاهدة المسلسلات التركية لطلبة المدن والقرى الجامعيين من وجهة نظرهم؟

تمثل الواقع ولأنها مفقودة في حياتنا في الصدارة بنسبة 42 بالمائة فطلبة المدينة، 33 بالمائة لطلبة القرى، لأنها تواكب الموضة، ثم لأنها تناسب اهتماماتي، هذه بعض الإشباعات التي تحققها المشاهدة لا شك أنها طعم الصنارة لصيد الشابات والفتيات وجلبها للمشاهدة وقد تحقق الأمر كما دلت على ذلك نتائج دراسة الشامي،2009، حيث أن مشاهدة الجميلات يثير غريزة الشباب والعكس صحيح.

مناقشة التساؤل الثاني: –ما هي المسلسلات المفضلة لطلبة المدن والقرى؟ ولماذا؟

يرى طلبة المدينة أن مسلسل العشق الممنوع أكثر المسلسلات متابعة، على العكس طلبة القرى تختلف نسبة المشاهدة وتتقارب بين جميع المسلسلات، هذا إن دل على شيء يدل على أن دوق طالبات المدينة في المشاهدة يختلف عن دوق طالبات القرى قد يرجع إلى التنشئة وطبيعة البيئة المحلية واختلاف أولوياتها، قد وافقت نتائج دراسة عيسى الشماس، حيث يرجع إلى انفتاح البيئة المدنية أكثر من الريفية وإلى الحرية المعطاة إلى الشباب, خالفت دراسة وسام فاضل وطالب عبد المجيد حيث أن مسلسل وتمضي الأيام هو الأكثر مشاهدة بنسبة بلغت32 بالمائة.

مناقشة التساؤل السادس: –ما هي القضايا التي تعالجها المسلسلات؟ وما رأي طلبة المدن والقرى بها؟ يهتم طلبة المدينة بقضايا الحب والرومانسية أكثر في المسلسلات بنسبة 49 بالمائة، أما طلبة القرى يهتمون بنسبة 38 بالمائة لهذا الغرض، قد يرجع إلى الفترة النمائية والعمرية التي تمر بها الطالبات حيث تقوى فيها غريزة الجنس وتشتد لاسيما في الجامعات المختلطة التي هن فيها يدرسن، إضافة إلى أن جنس الإناث من طبيعتهن أن تطفوا لديهن العاطفة سيما عند البنت المراهقة, دراسة المناصير،2010 ، أكدت تأثير للموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية في تشكل اتجاهات الجامعيين، ووافقت نتائج دراسة ابتسام وهدى، 2010 ،أن قضية الحب والرومانسية من أكثر القضايا تفضيلا.

مناقشة التساؤل السابع: –ما هي القيم التي تحملها هذه المسلسلات؟ وما مدى تأثر طلبة المدن والقرى بها؟

يقر طلبة القرى جميعا ودون استثناء بأنها تحوي قيم إيجابية المسلسلات، ونسبة 91 بالمائة لدى طلبة المدينة يرون بأنها تتضمن قيم إيجابية لدى طلبة المدينة والقرى ،كما تبين النتائج بأنهن جميعا يتأثرن بالقيم الموجودة في المسلسلات ويقررن بذلك صراحة حيث بلغت عند طلبة المدينة 47 بالمائة وعند طلبة القرى 50 بالمائة، وذلك أمر طبيعي ومستهدف، فما قيمة المسلسلات إذا لم تحقق أهدافها؟،وهذا له تداعيات طويل الأمد، وافقت نتائج دراسة نعيم فيصل المصري ،2013، هذه الدراسة في أن مشاهدة المسلسلات لها تأثير سلبي على العديد من القيم خاصة الروحية والدينية، وتقدم سلوكات سلبية.

مناقشة التساؤل الثامن: –ما هي أشكال تأثير المسلسلات على طلبة المدن والقرى؟ يرى طلبة المدينة وفق النتائج بأنها تتضمن قيمة الشجاعة بنسبة 36 بالمائة، ثم تليها الكفاح من أجل الوصول إلى هدف، ولكن طلبة القرى تتشتت اتجاهاتهم في نوعية القيمة الإيجابية التي تحملها المسلسلات، لا شك يحاول الطالبات تبرير مشاهدتهن بالعديد من المبررات حتى يبقين تابعات لها من دون ذنب أو حرج، وقد أجمع أفراد العينة على تأثر الشباب بها خاصة

في الجانب الرومانسي، وقد وافقت دراسة عبير الخالدي،2012، حيث أثبت بأنها تنشر قيم ومفاهيم سلبية عن المجتمع الكويتي.

مناقشة التساؤل التاسع: –ما مبررات عدم مشاهدة طلبة المدن والقرى للمسلسلات؟

النتائج تبين بأن هنالك تباين الأسباب والتبريرات لدى طلبة المدينة والقرى الذين لا يفضلون مشاهدة المسلسلات التركية والعامة، فتتصدرها تبرير أنهن لا يحببن مشاهدتها، تليها منافسة العادات وتقاليد المجتمع ومنافية لها، ووقتي لا يسمح فلكل سلوك مبرر له وهذا ما حدث لطالبات الجامعة سواء للقرى أو المدينة فربما وقت الدراسة والانشغال بها يمنعهن عن المشاهدة أو التشبع بالقيم أو عدم الرغبة كلها أسباب مقبولة، فقد وافقت النتائج نتائج دراسة عبدالله حسين الصفار حيث قرر 123 أنهم لا يرغبون بتعبئة الاستبيان لأنهم لا يهتمون بالمسلسلات الأجنبية المدبلجة بنسبة 20 بالمائة، وعند 10 بالمائة من العينة أن المسلسلات كلها سلبية.

أما فيما يخص أسباب عدم مشاهدة المسلسلات تركزت العينة بقوة في عدم توفر الوقت والمبالغة فيها بنسبة عالية، تليها عدم محبة مشاهدتها وبالعموم.

مناقشة التساؤل العاشر: -هل تؤدي مشاهدة المسلسلات التركية إلى الخيانة الزوجية من وجهة نظر طلبة المدن والقرى؟

النتائج كشفت بأن طلبة المدينة يقرون بأنها تسبب الخيانة الزوجية بنسبة52 بالمائة، ولكن ممن لا يقرون قد بلغت نسبتهم47 بالمائة وهي تقترب من نسبة الإقرار بتأثيرها على الخيانة، أما طلبة القرى يقرون بأنها تسبب الخيانة الزوجية بنسبة 75بالمائة، فهي تثبت أشكال مختلفة من الخيانة الزوجية والعلاقات العاطفية بين المحارم، مع أن أحوال أفراد العينة ومتطلباتهم لا تتلاءم معها، إضافة إلى أنها تعرض مشاهد محرمة وطبيعة المجتمع الجزائري أنهم يتابعون البرامج بطريقة جماعية أسرية وهذا سبب كاف، وإن كانت هذه النتيجة خالفت نتائج دراسة سعد كاظم ،حيث أثبت النتائج بأن قيم الخيانة هي من أقل القيم التي تأثر بها المبحوثين بنسبة18بالمائة،ودراسة نعيم فيصل أكدت أنها تقدم قيما سلبية منها الخيانة.

مناقشة التساؤل الحادي عشر: –هل تتسبب مشاهدة المسلسلات التركية في التفكك الأسري من وجهة نظر طلبة المدن والقرى؟

النتائج بينت أن طلبة القرى يؤكدون بأنها تسبب التفكك الأسري بنسبة 68 بالمائة، وطلبة المدينة لا يرون بأنها تسبب التفكك قدرت ب 66 بالمائة، قد يرجع الأمر إلى أن طلبة القرى أكثر محافظة وتشبعا بالقيم مقارنة بطلبة المدن الذين يشتهر عليهن أنهن أكثر انفتاحا فيرون تلك المشاهد أمر عادي، والحقيقة تأثيرات المشاهدة تمتد لفترات طويلة وتختلط مع غيرها من المتغيرات لتؤدي في الأخير إلى التفكك وليس آنيا، وافقت نتائج دراسة منى عبد الستار،2012،أن نسبة 34% من أفراد العينة المبحوثة أكدوا ب(نعم) أن أحد المشاكل في علاقاتهم الزوجية.

خاتمة: وسائل الإعلام الحديثة مع التطور التكنولوجي المتواصل جعل الاستثناء غير ممكن في البيوت فكل البيوت بلغها الزخم الإعلامي وأثر في كل فرد من أفرادها، ومع أن الاحتكاك بين البشر أمر طبيعي ومحتوم فبنات الريف والمدينة على تواصل مستمر جعل متابعة المسلسلات التركية ينتشر بينهم انتشار النار في الهشيم، فما بينته هذه الدراسة من نتائج بين التأثير الواسع لكل ما تتضمنه من تأثيرات سلبية أو ايجابية يمس الجميع بدون استثناء.

توصيات: من خلال ما تقدم من نتائج ميدانية يوصي الباحث:

-بما أن التأثير سواء السلبي أو ايجابي مس الجميع فعلى المجتمع الاستعداد لدفع الثمن غاليا وأعتقد بأنه قد دفع شطر واسع منه فيجب الحذر والحذف مطلوب.

-ثقافة المجتمع تكون في خطر لأن المسلسلات الدراسات جميعها تقر بأنها تحل ثقافة غير فعلى المجتمع الاستعداد لتحقيق التحول الثقافي وإلا.

– غاية المسلسلات استهداف المرأة لكن لا ندري لماذا رفض صيحات الخطر الداهم؟

– الأخطر المساس بالأسرة الجزائرية وقيمها وإذا بلغ ذلك ...

-أين الارتقاء بالإعلام الهادف؟

المراجع:

1-سامر رجا الغليلات (2009)، **استخدام طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا**، ماجستير

2-عبير أرشيد الخالدي(2012)، **اتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية، جامعة الشرق الأوسط**، كلية الإعلام.

3-سعد كاظ عطية(2015)، أثر مشاهدة المسلسلات التركية على جرائم الأحداث، **مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية**،23، العدد 3، ص1601-1627

4-وسام فاضل وطالب عبد المجيد(2010)، التعرض للمسلسلات التركية المدبلجة ورأي الجمهور بالمحتوى القيمي فيها، **مجلة الباحث الإعلامي**، العدد، 8 ص11-36

5-عيسى الشماس(2005)، تأثير الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب، **مجلة جامعة دمشق**، المجلد 21، العدد 2، ص11-44

6-عبد الله حسين(2011)، **اتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتيين نحو المسلسلات الدرامية المبدلجة في القنوات العربية**، جامعة الشرق الأوسط، ماجستير، كلية الإعلام.

7-حسين صديق(2012)، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة **جامعة دمشق، المجلد** 28، العدد 3و4، ص299-322

8-باديس لونيس(2007)، **جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية**، جامعة منتوري، قسنطينة

9- منال هلال مرامره(د،ت)،**أثر المسلسلات التركية التي تعرض على القنوات الفضائية العرفية على المجتمع الأردني**،كلية الأداب، جامعة البتراء.

10-مروان حمدان صالح (د،ت)، **أثر المسلسلات التركية على الأسرة الأردنية** ،كلية الآداب، جامعة البتراء ،الأردن.

11–أحمد عريقات(2007)، تلخيص كتاب مقدمة إلى علم الاتصال للمؤلف عبد الرحيم درويش دار النشر مكتبة نانسي، دمياط

12–نجوى العبادلة (2001)، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية في تلفزيون فلسطين، **بحث غير منشور**، قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية، غزة.

13–عبد الرحمان محمد الشامي(2009)، تعرض الشباب الجامعي اليمني للمسلسلات المدبلجة والآثار المحتملة لذلك، **المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية**، المجلد ،2، العدد1 ، ص108 136

14–السنبل عبد العزيز ابن عبد الله (ب،ت)،**اتجاهات المعلمين الكبار نحو محو الأمية**.

15–عبد الله محمد سعيد الشامي(2009)، تعرض الشباب الجامعي اليمني للمسلسلات المدبلجة والآثار المحتملة لذلك، **المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية** المجلد 2، العدد 1، ص108–136

16–عبير أرشيد الخالدي(2012)، **اتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية جامعة الشرق الأوسط، كلية** الإعلام، رسالة ماجستير

17–منى عبد الستار(2012)، البعد الاجتماعي للعولمة وتأثيراتها على الأسرة العراقية دراسة ميدانية **مجلة جامعة بابل العلوم الإنسانية**، المجلد 22، العدد 2، ص 487–516

المراجع الأجنبية:

18-Shaw، M.E and Wright، J.M: Scales for the Measurement of Attitudes. New York, Mc Graw Hill, 1967

19-Likert. R .New Pattern of Management .New York. McGraw co .1959

المسؤولية الأخلاقية للممارسة الإعلامية في ظل الإعلام الجديد:
بين التضليل وتنوير الرأي العام

Moral Responsibility for Media Practice in the New Media:
Between Misleading and Enlightenment the Public Opinion

د/ فاطمة الزهراء تنيو *

الملخص:

الإعلام مهنة تقوم على معايير أخلاقية وقانونية يتوجب على الإعلاميين دائما التحلي بها والالتزام بمضمونها. والتطور المذهل الذي طال النشر الإلكتروني بشكل عام، لم يواكبه التشريع القانوني اللازم لتنظيمه؛ مما ولد فراغا تشريعيا في هذا الشأن وأسهم في تنامي مختلف الجرائم الإلكترونية وسهل سبل ارتكابها.

ومن خلال هذه الورقة سنحاول أن نبين مدى أهمية الالتزام بأخلاقيات المهنة في ظل الإعلام الجديد والتحديات والضغوطات التي تواجه الإعلامي عبر هذا الفضاء، ومختلف المواثيق الأخلاقية التي تنظم العمل في البيئة الإلكترونية. وكذا إبراز أهمية الوعي بأخلاقيات استخدام وسائل الإعلام الجديد والقوانين والمحددات الخاصة باستخدام الجمهور لهذه الوسائل ومدى الالتزام بها.

الكلمات المفتاحية: الرأي العام/ المسؤولية الأخلاقية/ الممارسة الإعلامية/ الإعلام الجديد.

Abstract:

Media is a profession based on ethical and legal norms that media professionals must always follow and abide by. The stunning development of electronic publishing in general has not been accompanied by the statutory legislation necessary to regulate it, which has generated a legislative vacuum in this regard and has contributed to the growth of various cybercrime and facilitated the commission of such crimes.

Through this paper, we will try to show the importance of the commitment to respect the professional ethics in light of the new media and the challenges and pressures facing the media man through this space, and the various ethical charters governing the work in the electronic environment. As well as to highlight the importance of awareness of the ethics' use of the new media, laws and determinants of public use of these means and the extent of commitment to them.

Key words: Public opinion, Moral Responsibility, Media Practice, New Media

* – أستاذة محاضرة بكلية علوم الإعلام والاتصال ولسمعي البصري، جامعة صالح بوبنيدر: قسنطينة 03، الجزائر/

E- mail : fatima.z2010@yahoo.com

مقدمة:

أدت ثورة المعلومات إلى انقسام القطاع الإعلامي إلى مجالين: الإعلام التقليدي الذي يضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، والإعلام الجديد الذي يقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الأنترنت والهواتف المحمولة وما يتسيدهما من برامج كالفيسبوك وتويتر ويوتيوب وانستغرام وغيرها. وقد أسهم التطور التكنولوجي في تعزيز الحريات الإعلامية ووسائل السيطرة والمراقبة التي تطورت هي الأخرى بصيغ مختلفة. وسيظل الجدل بشأن الأخلاقيات والرقابة في الإعلام الجديد متواصلا، فليس هناك من حسم نهائي يضمن انتصار طرف على آخر، وإن كان منسوب أو حدة هذه الرقابة قد تراجعت كثيرا بفعل وسائط الإعلام الجديد، فالعناصر الثلاثة: القانون والحرية والأخلاق ليست متماثلة في الأهمية، لكن غياب أحدها يهدد رسالة الإعلام وحسن سير عمله. فمن دون حرية يصبح مضمون الإعلام بيانات رسمية، ومن دون قوانين تصبح المهنة مشرّعة الأبواب وغير محمية وعرضة للتجاذبات، ومن دون أخلاق يصبح الإعلام الجديد فاسدا، فتتراجع الضوابط ويتهدد دوره الرئيسي المراقب والناقد.

1- تحديد المشكلة:

تتناول هذه الورقة البحثية بالوصف والتحليل الإشكالات التي يرتكز عليها الإعلام الجديد القائم، ونجاحه في السبق والإثارة – غالبا – على حساب أخلاقيات المهنة، ودون شك أساء البعض استخدام مساحة الحرية المتاحة عبر وسائل الإعلام الجديد مثل المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي. ففي هذه المنافذ تُنشر معلومات غير صحيحة ومضللة للرأي العام، بعضها لتحقيق مصالح شخصية وأخرى لزعزعة الأمن والاستقرار العام. ويعد التنظيم القانوني للإعلام الجديد اليوم أحد أهم التحديات التي تشغل بال المختصين في قانون الإعلام والاتصال على الصعيد العالمي، حيث تثار قضية التأطير القانوني للإعلام الجديد نظرا إلى طبيعته كوسيط يسمح للملايين من الأشخاص في العالم بالاطلاع على العديد من صفحات الويب. ومن هنا ظهرت مفاهيم جديدة لتنظيم الإعلام تتجاوز فكرة تنظيمه بواسطة الدولة، وتقترح طريقا ثالثا هو التنظيم الذاتي في إطار مفهوم أشمل هو حوكمة الإعلام الذي أصبح مدخلا مبشّرا في إدارة أو تنظيم مشترك للإعلام. فما هي حدود الممارسة الإعلامية والضوابط الأخلاقية في ظل الإعلام الجديد؟

وتنطلق هذه الورقة من التساؤلات الآتية:

- ما هي الممارسة الإعلامية وكيف تحدد سياسات الاتصال في جوانبها القانونية؟
- ما هي المعايير الأخلاقية والقانونية التي يجب أن يتحلى بها الإعلاميون في ظل الإعلام الجديد؟

– كيف يمكن التوصل إلى ميثاق شرف للعاملين في الإعلام الجديد وصياغة مواثيق أخلاقية في البيئة الإلكترونية؟

2– ضبط المفاهيم:

أ–المسؤولية الأخلاقية:

تعرف المسؤولية الأخلاقية على أنها المسؤولية الناشئة عن إلزامية القانون الأخلاقي وعن الفاعل ذا إرادة حرة (حسام الدين، 2003، ص 41) ومعنى ذلك أنها مسؤولية ناجمة عن مخالفة قاعدة أخلاقية في الدين أو العرف وهي تشترط إرادة الفاعل، ومنه فمن كانت أفعاله غير مسيرة بإرادته لا يعد مسؤولا من الناحية الأخلاقية.

وتهتم أخلاقيات المهنة كعلم للواجبات المعنوية الخاصة بمهنة محدودة وجزاءاتها التأديبية بتبيان القواعد السلوكية والأخلاقية لأعضاء المهنة سواء فيما بين الممارسين أنفسهم أو تجاه الغير. حيث جاء تعريفها في قاموس الصحافة والإعلام على أنها " مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني والتي وضعتها مهنة منظمة لكافة أعضائها، وتحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على احترامها، وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معوضة للتشريع وتطبيقاته من قبل القضاة". (حمزة، 1996، ص170) كما يمكن القول أن أخلاقيات المهنة الإعلامية هي "تلك الأخلاقيات المتعلقة بمهنة الإعلام وهي مجموعة من القيم المتعلقة بالممارسة اليومية للصحفيين وجملة الحقوق والواجبات المترابطتين للصحفي". (هونبورغ، 1996، ص 51)

ب–الممارسة الإعلامية:

يقصد بالممارسة الإعلامية مزاولة العمل الصحفي وفق ما تحدده السياسات الاتصالية للقائمين بالاتصال من حقوق وواجبات ومجال الحركة، وكل ما يتعلق بذلك من ضوابط سياسية وتنظيمية وعقابية. (مهدي، 2006)

وفي الوطن العربي فإن مجالات تطبيق السياسة الإعلامية تتضح من خلال وجود أنظمة إعلامية تنحو منحى ليبراليا بإطلاق حق ممارسة العمل الصحفي للمواطنين جميعا، وأخرى ذات منحى اشتراكي، والثالثة تأخذ بأسلوب القيد المسبق لدى الأجهزة الحكومية قبل مزاولة العمل الصحفي.

وتحدد سياسات الاتصال في جوانبها القانونية حدود الممارسة الإعلامية فيما هو مسموح وما هو محظور حفاظا على تماسك النظام وإيديولوجيته ومكوناته ذاتها. كما أن قادة نظم الاتصال يفهمون حقوق الإعلاميين وممارستهم على أنها حقهم في التعامل مع الواقع بأدب وأن أي خروج في التعامل المؤدب يقابل بما لا يحمد عقباه.

وفي الإطار الاختصاصي للمهنة فإن الممارسة العملية تشكل للصحفي المبتدئ أهمية كبيرة في كسب المعرفة، ليضع أولى خطواته على الطريق الصحيح، ويحدد بذلك نوع العمل المطلوب منه أو الاختصاص الذي يمارسه في تلك الصحيفة أو المجلة.

إذن نخلص إلى القول أن الممارسة الإعلامية هي مزاولة الإعلامي للمهنة بكل ما تنطوي عليها من حقوق وواجبات، ويكتسب الإعلامي خبرته فضلا عن تأهيله الأكاديمي بطريقين أولهما كسب المعرفة من خلال الممارسة، وثانيهما المعرفة الدقيقة بالاختصاص الذي يمارسه. (مهدي، 2006)

ج– الإعلام:

لقد اختلفت تعريفات الإعلام باختلاف ثقافة وغرض وهدف من يعرفه، وأيضا باختلاف التخصص، وقد ظهرت تعريفات عديدة للإعلام تناقلت من كونه وسيلة أو أداة أو عملية أو فن أو أسلوب أو كعلم. (أبو خليل، 2015، ص 17). فالإعلام هو إحدى وسائل الاتصال التي يمكننا أن نقول أنها بدأت مع بداية البشرية، وكان أول حوار أو تبادل للمعلومات بين أول بشر سكنوا الأرض إعلاما، ولو عدنا إلى الحضارات الإنسانية القديمة وما وصل إلينا من مخلفاتها سنجد أنهم استخدموا الإعلام في علاقاتهم وفي تسيير شؤونهم وفي توثيق مناحي حياتهم. (الساري، 2015، ص 19)

والإعلام هو نشر الحقائق والمعلومات الصادقة بهدف الإقناع، وهو أيضا التعريف بقضايا العصر ومشاكله وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل دولة ونظام. (المشاقبة، 2014، ص 14)

د– الإعلام الجديد:

ظهر مفهوم الإعلام الجديد في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، وأكثر ما يثير في هذا الإنتاج الإعلامي الخطير أنه اقترب إلى حدود الاتصال وكاد ينصهر، والمعلوم أن وسائل الإعلام كتعريف وكمفهوم حددت على ثلاث أسس: الصحافة المكتوبة، الصحافة المسموعة – إذاعات – صحافة مرئية – تلفزيون، لكن بحلول ثورة الانترنت وما يتعلق بها من منتجات إعلامية اتصالية جديدة جعل فك الارتباط بينهما أمرا ليس بالسهل، وماعدا وسائل الإعلام التقليدية الثلاث، كلما تبقى من نشاط اجتماعي – اتصالي يصب في خانة الاتصال: المؤتمرات، الندوات، المهرجانات، المحاضرات، السينما، المسرح، وانضم إليهم أخيرا مواقع التواصل الاجتماعي: فيسبوك، تويتر وما ينشر على الشبكة الإلكترونية العنكبوتية. (تنيو، 2018، ص 81)

وظهر الإعلام الجديد كمفهوم يتمحور حول الإعلام الديناميكي التفاعلي الذي يجمع بين النص والصوت والصورة في ملف واحد، والذي يشارك فيه القارئ أو المتلقي "أو الجمهور بصورة عامة" بدلا من أن يكون مستقبلا للرسالة الإعلامية فقط ومتأثرا بمضمونها، وأدى التطور التكنولوجي دورا فاعلا ومهما في إضفاء ما يعرف بالتفاعلية على هذا النوع من الإعلام، فأصبح بإمكان المستفيد "الجمهور" التفاعل مع الطرح الإعلامي وقراءته والتعليق عليه، بل أصبح هذا المستفيد – في بعض الأحيان– هو صانع المادة الخبرية نصا وصورة وتعليقا، ومن ثم أصبح مشاركا حقيقيا في العمل الإعلامي، وعلى سبيل المثال فإن الصحف الإلكترونية التي تعد إحدى أدوات الإعلام الجديد، صارت تتيح للقارئ التفاعل مع النص، وطرح آراء كثيرة ومتعددة حوله، والخروج بمجموعة من الرؤى والأفكار حول الموضوع الواحد، واستطاعت وسائل الإعلام الجديد ومواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت أن تخلق إعلاما مختلفا عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل وسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة، ففي الظروف الطارئة والأحداث العالمية استطاعت هذه الشبكات أن تتفاعل مع الأحداث على مدار الساعة، وتنقل الحدث أولا بأول ومن مكان حدوثه، ويواكب هذا النقل سرعة انتشار مذهلة لا يستطيع الإعلام التقليدي مجاراتها بأي حال من الأحوال وتحت أي ظرف من الظروف.

وتقوم فلسفة الإعلام الجديد على مبدأ الدمج بين الوسائل المحوسبة والشبكات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصالات.

وهناك عدة تعريفات للإعلام الجديد منها أنه اندماج يحصل بين الحاسوب وشبكة الانترنت والوسائط المتعددة، أو أنه كل وسائل الاتصال التي جاءت من الاندماج بين الحاسوب ووسائل الإعلام التقليدية، والتصوير الفوتوغرافي والفيديو والطباعة وتقنيات الصوت. ورغم تعدد التعريفات يبقى هناك حالتين يتميز بها الإعلام الجديد عن القديم وهما: الكيفية، والتفاعلية، فالكيفية هي طريقة بث مواد الإعلام التي تعتمد على دمج الصوت، والنص، والصورة، واستخدام الحاسوب كجهاز رئيسي في عمليات الإنتاج، أما التفاعلية فهي الفرق الذي أحدثته هذه الوسائل في المجتمع وبين الناس، وهي من أهم ميزات الإعلام الجديد. (أبو وردة،2017).

ويضم الإعلام الجديد جملة من وسائل الإعلام والاتصال معا وهي: (تنيو، 2018، ص 81)

- خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني على شبكة الانترنت.
- خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني على الهواتف المحمولة.
- المواقع الإلكترونية للصحف والمجلات والمدونات والتي تعتمد على مبدأ النشر المستمر.
- خدمات البريد الإلكتروني بأنواعها.
- شبكات التواصل الاجتماعي: الفيسبوك، تويتر، يوتيوب...

- الكتاب الإلكتروني المتوفر على صفحات الشبكة العنكبوتية.

وقد أصبح الإعلام الجديد واقعا فرض نفسه، ولا يمكن تجاهله أو الاستغناء عنه لمن يعمل في مجال الإعلام أو من لا يعمل، ولم يعد الإعلامي هو من يعمل في إحدى المؤسسات، فالأدوات الجديدة أخرجت لنا جيلا جديدا من الإعلاميين الذي أطلق عليهم لقب الصحفي المواطن، الذي قد لا يمتلك نفس المهارات الإعلامية أو الأدوات التكنولوجية التي تتوافر للصحفي المحترف، غير أنه أصبح بمقدوره أن يمارس مهنة الإعلام ويخوض غمارها، ويصبح مصدرا مؤثرا من مصادر الأخبار وكسر احتكار المؤسسات الإعلامية لصناعة المشهد الإعلامي. (الدليمي، 2015، ص 125). وقد أشار تقرير الأمم المتحدة لاقتصاد المعلومات سنة 2010 "أن المعرفة أصبحت متاحة وفي متناول الجميع وهي جزء أساسي من حياة كل فرد". (المقدادي، 2013، ص 208).

3-أخلاقيات الممارسة الإعلامية في ظل الإعلام الجديد:

إن أهمية الإعلام بوسائله المتعددة تبرز أثناء القيام بمجموعة من الوظائف الأساسية التي تضع الإعلامي أمام مسؤولية تجاه المجتمع من خلال إتاحة المعلومات وعدم إلحاق الضرر بالآخرين. ومن أهم تلك الوظائف: الوظيفة السياسية، إذ يقوم بإبلاغ المواطنين بكل ما يدور في أوساط الحكومة والهيئات الأخرى من أنشطة، فتصبح وسائل الإعلام جزءا متداخلا في العملية السياسية من خلال مراقبة مراكز السلطة على كل المستويات، لذا سميت بالسلطة الرابعة، وللإعلام أيضا وظيفة تعليمية، إذ يقوم بتقديم التقارير الصادقة ومناقشة مختلف الأفكار والآراء والمواقف. ومن وظائفه الأخرى وظيفة التواصلية، إذ يقوم بتقديم المعلومات المرتبطة بالأحداث بحيث يكون الإعلام مرآة عاكسة، وبالتالي تتيح رؤية ما يجري من أحداث في المجتمع. وللإعلام وظيفة ثقافية أيضا، إذ يقوم بتدعيم القيم والتقاليد والمعايير المثالية للمجتمع. ومن خلال هذه الوظائف الأساسية تبرز الأسس الأخلاقية للمهنة الإعلامية بشكل عام، والتي نجدها تستند على احترام الأفكار، وتطرح من الأطراف الأخرى ليحدث توازن طردي بين العاملين والمستهلكين في حقل الإعلام، ورغم أن مبدأ التعاطي مع حق التعبير عن حرية الرأي أصبح من البديهيات التي تؤكد عليها الدساتير في المجتمعات المختلفة، إلا أن تفسير واستخدام هذا الحق يختلف اختلافا كبيرا عند التطبيق من مجتمع لآخر. ومهنة الإعلام غالبا ما تمارس من قبل متخصصين مهنيين لهم القدرة المهنية والكفاءة العلمية، ما يمكنهم من ممارسة دورهم المهني بشكل صحيح ووفق أسس علمية، وقد وضع على إثرها المختصون في الإعلام أسس أخلاقيات المهنة، والتي تتمثل في المعايير المهنية كقول الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن واحترام الذات من خلال تنزيهها من كل ما يؤدي إلى خدش الأصول المهنية والقواعد الصارمة للممارسة، والابتعاد عن الاكتساب والرشاوي ونشر كل ما يؤدي إلى إشاعة الجريمة والفوضى وعدم

احترام الناس والإضرار بالرأي الآخر أو ما فيه إهانة للآخرين أو أي جماعة ثقافية. (الجاف، 2015) وقد أضاف التطور التكنولوجي الذي حصل في السنوات العشر الأخيرة عنصرا جديدا على الحاجة إلى الأخلاقيات الإعلامية. فالتغطية السريعة للأخبار وسرعة انتقال المعلومات وظاهرة العولمة والمنافسة الشرسة بين مئات المحطات التي تحاول كل منها إيجاد موقع لها عند الجمهور، جعلت وسائل الإعلام تهتم بتغطية واسعة وسريعة للأخبار تترافق مع سرعة التقنيات الحديثة، وهذا ما جعل الخبر – على أهميته – يصبح قديما بعد برهة قصيرة ويترك مكانه لأخبار جديدة. فنرى الأخبار تتوالى بسرعة مع الانطباع أنها متساوية تقريبا في الأهمية، وما دخول الأنترنت على خط هذه المنافسة الصحفية إلا لتعميق هذا الأمر. (صدقة، 2008، ص 35)

وتطرح الأخلاق في مهنة الإعلام إشكاليتين: (الدليمي، 2017، ص 8 - 9)

- **إشكالية تحديد مفهوم الأخلاق ذاتها**: ما مرجعيتها، هل هي دينية أم عرفية أم وضعية؟ ما مبادئها؟ هل هي ملزمة أم لا؟
- **إشكالية ترجمة هذه الأخلاق إلى قوانين وإجراءات وتنظيمات**: حيث تحدد مسؤولية كل طرف بدقة، ماله وما عليه وما يجب أن يقوم به أو يمتنع عنه. وهو ما يفيد ضرورة التفريق هنا بين ما هو أخلاقي محض أي يرجع إلى الضمير الفردي (للصحفي أو غيره)، وما هو أخلاقي قانوني والذي يخضع إلى المحاسبة والعقاب.

ويمكن أن نجمل الجرائم التي وردت في مختلف التشريعات العربية على النحو التالي: (سلامن، مهني 2019، ص 276 -277)

أ/–جرائم نظم ووسائط شبكة المعلومات:

- كدخول المواقع وأنظمة المعلومات المملوكة للغير.
- التصنت أو اعتراض الرسائل.
- دخول المواقع وأنظمة المعلومات من موظف سام.
- جريمة الدخول للمواقع عمدا قصد الحصول على المعلومات أو بيانات أمنية.
- إعاقة أو تشويش أو تعطيل وصول الخدمة.

ب/–الجرائم الواقعة على الأموال والبيانات والاتصالات بالتهديد والابتزاز:

- الاحتيال أو انتهاك شخصية أو صفة غير صحيحة والحصول على أرقام أو بيانات بطاقات الائتمان.

- الانتفاع دون وجه حق بخدمة الاتصال.

ج/-جرائم النظام العام والآداب العامة:

- الإخلال بالنظام العام والآداب.
- إنشاء أو نشر مواقع بقصد ترويج أفكار وبرامج مخالفة للنظام العام للآداب.
- انتهاك المعتقدات الدينية أو حرمة الحياة الخاصة.
- الإساءة إلى السمعة.

د/-جرائم الإرهاب والملكية الفكرية:

- إنشاء أو نشر المواقع الجماعات الإرهابية.
- جريمة نشر المصنفات الفكرية.

ه/-جرائم الاتجار في الجنس البشري والدعارة والمخدرات والمؤثرات العقلية وغسل الأموال.

و/-الجرائم المتعلقة بأمن الدولة وسلامتها الداخلية والخارجية.

وقد شجعت التكلفة غير المرتفعة في استخدام شبكة الأنترنت لنشر المواد الإعلامية الكثير من المؤسسات الإعلامية على الاستثمار في الشبكة سواء كان ذلك بالانتقال بالصحيفة من المحمل الورقي إلى الإلكتروني للضغط على تكاليف النشر المرتفعة، أو بإضافة صحيفة إلكترونية إلى جانب الورقية للوصول إلى شريحة أكبر من القرّاء وخلق فضاءات إعلانية جديدة من شأنها زيادة الموارد المالية للمؤسسة الإعلامية. وتعتمد هذه الصحف الإلكترونية في عملها – في الكثير من بلدان العالم – على عدد محدود جدًّا من الإعلاميين من مشارب مختلفة قد لا يكون تخصصهم الصحافة بالضرورة، لتزيد أعباء الصحفي وتتشابك مهامه في أحيان كثيرة بين التحرير والإعلان والتسويق، فيمسك من كل شيء بطرف دون التخصص في جانب بعينه، وهو ما أفرز الكثير من المشاكل المتصلة أساسًا بالمحتوى الإعلامي في ظل غياب الحياد والمصداقية والضوابط المهنية التي تحكم آليات الممارسة الإعلامية، وأخلاقياتها. (بن مسعود، 2019، ص 5)

وهاجس الأخلاقيات الإعلامية في البيئة الرقمية بدأ باكرا عند المهنيين في الولايات المتحدة الأميركية. ففي ربيع عام 1997 أي بعد انتشار الأنترنت بقليل بفضل الويب الذي سمح لأناس عاديين باستخدام الشبكة الدولية، تداعى اتحاد الصحفيين الأميركيين ومركز بوينتر Poynter المتخصص في قضايا الإعلام، إلى لقاء مع مجموعة من المهنيين "البائسين" أو "المتوجسين" من القادم الجديد إلى الساحة الإعلامية، وذلك للتشاور حول إمكانية تطبيق

أخلاقيات الصحافة التقليدية وقيمها على الإعلام الجديد. (عليوان، 2015) وكان الجواب البديهي: أكيد نعم! وهل هذا الأمر يستوجب عقد مؤتمر للتباحث فيه؟ فالصحفي يبقى صحفيا أينما وجد وأينما حل وفي أي وسيلة إعلامية اشتغل، وعليه أن يتبع الأخلاقيات نفسها والمعايير المهنية ذاتها التي تنطلق من مبدأ المسؤولية الاجتماعية التي أنيطت بالوسائل الإعلامية منذ عام 1947 على إثر التقرير الذي رفعته لجنة "هاتشينز الأميركية" حول حرية وسائل الإعلام ودورها في المجتمع، وذلك بعدما ارتفعت الصرخات في وجه الإعلام ودوره في التأثير بالآراء والأفكار وتحوله إلى بوق دعائي سياسي ومنبر إعلاني ربحي. وقد كان همّ اللجنة الأساس الدفاع عن حرية الصحافة والتأكيد على "تنزيه المهنة وإبعادها عن الأخطاء والأهواء والتأثيرات المتنوعة عليها لأن الأخطاء التي ترتكبها الصحافة لا تعنيها فقط بل هي تتحول إلى خطر يهدد المجتمع، فإن هي أخطأت فإنها تقود الرأي العام إلى الخطأ"

وتتصدر مسألة الأخلاقيات اهتمامات الساسة ورجال الأمن والمصلحين على حد سواء، فالدراسات العلمية تضع المسؤولين عن الأمن الأخلاقي في المجتمع أمام الأرقام والحقائق والبراهين العلمية عن تأثير التعرض لمضامين الإعلام الجديد على سلامة المجتمع وأمنه وتماسك نسيجه الاجتماعي، بما يضمن حصانة أفراده من تأثيراته السلبية، ليكونوا أعضاء فاعلين مشاركين في بناء المجتمع وتنميته، ولا يعني ذلك – بالتأكيد – الدعوة إلى غلق الأبواب وسد المنافذ، فهذا محال لا يقرّه واقع التعامل مع وسائل الإعلام الإلكترونية أو الرقمية، ولكن يعني الأخذ بقاعدة (ما لا يدرك جله لا يترك كله). ويمكن أن تساعد المختصين على إيجاد بيئة سليمة للتعامل الحضاري الراقي مع هذه الوسائل الإعلامية الحديثة، ولن يتم ذلك إلا باستصدار القوانين والتشريعات التي تحدد الأطر العامة للتعامل الأمثل مع هذه الوسائل وفق ما تمليه ثقافة المجتمع وقيمه. ويذكر أن قانون 2012 المتعلق بالإعلام في الجزائر، قد خصص بابا حول أخلاقيات المهنة بما فيها الصحافة الإلكترونية التي لم تذكر صراحة بل إشارة، بالإضافة إلى الإقرار بإنشاء سلطة ضبط الصحافة المكتوبة والتي تندرج ضمنها الصحافة الالكترونية. (برقان، 2017، ص 56)

4–حقوق وواجبات الإعلاميين في البيئة الإلكترونية الجديدة:

تنطبق الواجبات المفروضة على العاملين في البيئة التقليدية على العاملين في البيئة الإلكترونية، إلا أن هناك صعوبات في تطبيق بعضها، كما يتخذ البعض الآخر أشكالا مختلفة. فضلا عن وجود العديد من التساؤلات لا تزال تحتاج إلى إجابات لتوضيح كيفية الالتزام بهذه الواجبات في البيئة الإلكترونية.

فالإعلاميون العاملون في المؤسسات الإعلامية التقليدية والتي لها مواقع إلكترونية، ينتمون مهنيا إلى هذه المؤسسات أكثر من الانتماء للكيانات الإلكترونية، ومن ثم لا يزالون يستندون في التزاماتهم المهنية على البيئة الإعلامية التقليدية وليس الإلكترونية، على الرغم من تغير طبيعة هذه الالتزامات والتي من بينها: (أبو يوسف، 2016، ص 108)

– ضرورة الدفاع عن حرية التعبير الإلكتروني والحق في ممارسة المهنة الإعلامية الإلكترونية.

– عدم التعدي على حقوق المواقع الأخرى أو تعطيلها عن أداء عملها، أو تحرير مواد أو فيروسات أو روابط قد تؤثر في مصداقيتها وعلى سير العمل بها.

– العمل على صياغة مواثيق مهنية تتناسب مع الطبيعة الإلكترونية للعمل الإعلامي والحرص على تنقية المهنة ممن لا يحترمون ضوابطها الأخلاقية.

– عدم الربط بمواقعهم، وعدم استغلال المميزات التي توفرها تكنولوجيا البيئة الإلكترونية في الانتقاص من حقوق الآخرين أو مضايقتهم أو إزعاجهم أو التعدي على ممتلكاتهم أو خصوصياتهم.

– تجنب صراع المصالح بين الأعمال الخاصة والعمل الإلكتروني الإعلامي.

– عدم استغلال الإمكانيات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية التقليدية لتصميم مواقع إعلامية خاصة.

إن مجمل الحقوق التي يتمتع بها أو يطالب بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، تنطبق بشكل أو بآخر على الإعلاميين العاملين في البيئة الإلكترونية الجديدة، سواء كانت حقوقا مهنية أو سياسية أو ثقافية أو مادية أو معنوية أو غيرها، حيث يحق للإعلاميين في البيئة الإلكترونية التمتع بهذه الحقوق، إضافة إلى ما تضفيه عليهم البيئة الجديدة من حقوق لا يتمتع بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، مثل حرية التعبير وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات والحق في التواصل التفاعلي والفوري مع الجمهور. وفي الولايات المتحدة الأمريكية منح القانون للصحفي الإلكتروني كل الحقوق التي يتمتع بها الصحفي التقليدي، وعلى رأسها حقه في الحفاظ على سرية مصادره. واعتبر أن مهمة الصحفي الإلكتروني الأساسية هي نشر الأخبار، وأن يقوم بجانب ذلك بالتغطية الاستقصائية والتفسيرية للحدث، وعلى ذلك يشترط أن تكون مهنته الأساسية هي الصحافة. وإضافة إلى ما تقدم فإن البيئة الجديدة تضفي بعض المتطلبات التي يجب النص عليها كحقوق للإعلاميين من بينها: (اللبان، 2015)

- الحق في الحفاظ على سرية معلوماتهم، وعدم الكشف عن كلمة المرور الخاصة بهم أو محاولة كسرها.
- عدم تقصي أو تتبع تنقلاتهم الإلكترونية أو محاولة معرفة روابط وأسماء مصادرهم الإلكترونية.
- الحق في حماية أجهزتهم ووسائلهم الإلكترونية من التنصت والاختراق والهكر.

- الحق في الحصول على مزايا لحماية بياناتهم ومعلوماتهم ومصادرهم.
- الحق في الوصول المباشر لمصادرهم ووسائلهم الإعلامية بدون عوائق تكنولوجية.
- الحق في استنباط واستخدام طرق جديدة في التواصل مع جمهورهم ومع مصادرهم ووسائلهم الإعلامية الإلكترونية وغير الإلكترونية.
- الحق في إرسال معلوماتهم واستقبالها وتخزينها واسترجاعها بطريقة إلكترونية.
- الحق في الانتفاع والوصول لمصادر المعلومات التي تفرض قيودًا على استخدامها مادام الغرض هو القيام بخدمة عامة.
- الحق في التأهيل المهني والتكنولوجي بما يمكنهم من استخدام الوسائط الجديدة بفاعلية.
- الحق في الحصول على ما يعرف ببدل تكنولوجيا لتطوير مهاراتهم الرقمية.
- الحق في العمل على أجهزة متطورة وحديثة.
- الحق في إيجاد كيانات مهنية إلكترونية محلية وعابرة للدول تسن تشريعات ومواثيق لهم وتدافع عن حقوقهم مع حقهم في الاعتراف بهذه الكيانات وتمثيلها لهم في الجهات المختلفة.

5–مواثيق وضوابط أخلاقية:

يمكن تصنيف مواثيق أخلاقيات العمل الإعلامي إلى عدة أنواع أهمها: (مركز هردو، 2016، ص 13)

- **المواثيق الخاصة بوسائل الاتصال**: وهي الصحافة، الكتب، السينما، المسرح، الإذاعة الإلكترونية، الاتصال الافتراضي.
- **مواثيق تهتم بجوانب المضمون الاتصالي التعليمي**: وتشمل: الإعلام، التسلية، الإعلان المباشر وغير المباشر.
- **مواثيق تهتم بجوانب صناعة الاتصال**: وتتناول جانب أو أكثر من جوانب صناعة الاتصال، كأن تغطي في الصحيفة مثلا التحرير، الأخبار، الأحداث الجارية، الإعلان والتوزيع.

وقد ساعد ظهور العديد من المنظمات في العالم على غرار شبكة الصحافة الأخلاقية، أو مبادرة الصحافة الأخلاقية للاتحاد الدولي للصحفيين على دفع أخلاقيات العمل الإعلامي والمساعدة في تنظيم قطاع الصحافة الإلكترونية، وتعد شبكة الصحافة الأخلاقية من أهم الشبكات في العالم، وهي ائتلاف يضم أكثر من ستين مجموعة من الصحفيين وأصحاب الصحف ومجموعات الدعم الإعلامي. وتشجع الشبكة على أنشطة التدريب والقيام بالإجراءات العملية لتعزيز الأخلاقيات والحوكمة. (بن مسعود، 2019، ص 18)

ويرى العديد من العاملين في الإعلام الجديد والإلكتروني أنه لا يوجد مجال لوضع ميثاق شرف يلتزمون به، ويرى القلة منهم أن الحل هو أن تكون هناك تكتلات تلتزم ببعض القواعد، وأن تكون هناك آليات عند المتلقي يستطيع عن طريقها التعامل مع الآراء المتعددة ويتجاهل منها ما يسيء إليه.

وما يثير إشكالية ضرورة التوصل لميثاق شرف العاملين في الإعلام الجديد هو العديد من المظاهر التي يمكن أن نرصدها في هذا الإعلام ومنها الشك في مصداقيته ومجهولية مصادر الأخبار والتعليقات المنشورة بها واستخدام لغة غير مهذبة لا تراعي الذوق العام، والإساءة إلى الشخصيات العامة بالسب والقذف دون أسباب محددة، فقد يصل الأمر إلى إهانة رئيس الجمهورية وازدراء الأديان.

ويضمن الالتزام بالمعايير المهنية تطبيق إعلام احترافي بعيدا عن السلوكيات غير الأخلاقية، لتوفر حماية لخصوصية الفرد من جهة، وصدق المحتوى المنقول أو المعالج من جهة أخرى. وقد عقدت العديد من المؤتمرات والندوات بغرض وضع قوانين الشرف ومواثيق دولية لتنظيم عملية النشر عبر الشبكة، لكن تلك الجهود قد لا تصل إلى مبتغاها ولن تستطيع أن تحقق جل أهدافها، لأن الشبكة العنكبوتية فاقت كل توقعات صانعيها وأصحاب فكرتها الأساسية. وتعمل هذه المواثيق الأخلاقية على ضمان: (برقان، 2017، ص 56)

- وصف مثاليات ومسؤوليات المهنة.
- تثبيت الأمر الواقع وحماية متلقي المعلومات والمهنيين.
- تحسين صورة المهنة.
- تنشيط وإلهام الممارسين لدفعهم لتعريف مبرر عملهم في المهنة.
- إعطاء إرشادات حول السلوك المقبول.
- زيادة الوعي والاهتمام حول مختلف القضايا.

6-توصيات ومقترحات:

من بين الحلول التي يمكن اقتراحها لفض الاشتباك بين السلطة والعاملين في الإعلام الجديد التنظيم الذاتي، سواء على شكل اتحاد عربي للعاملين في الإعلام الإلكتروني، أو اتحاد محلي (داخل كل دولة عربية على حدة). وتكون مهام هذا الاتحاد للإعلام الإلكتروني على سبيل المثال لا الحصر: (اللبان، 2015)

- التوصل إلى ميثاق شرف للعاملين في الإعلام الإلكتروني يراعي الاعتبارات الأخلاقية والدينية والثقافية للمجتمع.

– عقد دورات تدريبية للعاملين في الإعلام الإلكتروني في مختلف المجالات التي تصقل خبراتهم، ومن بين هذه المجالات: الكتابة الصحفية، التحرير الصحفي، لغة المدونات والصحافة، التشريعات الإعلامية.

– إقامة مرصد للإعلام الإلكتروني يعمل على رصد المخالفات التي ترتكبها المواقع الإعلامية المختلفة وتجافي ميثاق الشرف الذي اتفق عليه العاملون في الإعلام الإلكتروني بقصد مراعاة هذه الملاحظات مستقبلا.

– التدخل لدى نقابات الصحفيين لإقناعها بتطوير نفسها في ظل التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام، وتنامي شبكة الأنترنت والصحافة الإلكترونية والمدونات، وذلك من خلال إنشاء شعبة جديدة بها للعاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية.

– التشجيع على إعداد الكتب الإرشادية والمواثيق الصحفية في مجال أخلاقيات الإعلام الجديد، مع أهمية رصد ما يخالف المهنة ومعاقبة منتهكي القيم الأخلاقية، فضلا عن توعية مستخدمي الصحف الإلكترونية بأخلاقيات الإعلام الجديد.

– ضرورة إصدار قوانين إعلام جديدة تساير التطورات الحاصلة في وسائل الإعلام الالكترونية، وذلك لن يتحقق بالرغبة والطموح فحسب، بل بالعمل والتجسيد الفعلي من خلال وضع نصوص تتوافق ومتطلبات وطموح وقضايا المجتمع.

– الإسراع في إرساء أجهزة ضبط الصحافة الالكترونية خاصة لتجاوز مرحلة الغموض وغياب النصوص المنظمة من جهة، وتحقيقا لواقع صحفي إلكتروني فعال ونشيط في سوق الإعلام الوطني والعالمي من جهة أخرى.

– العمل على نشر ثقافة النقد البناء مع الاستخدام الإيجابي للصحافة الإلكترونية من طرف القائمين بالإعلام وجمهور القراء المتفاعل معها، بهدف التعاون على إيجاد حلول للقضايا الراهنة المطروحة. (برقان، 2017، ص 57)

– خلق بيئة سليمة سياسيا واقتصاديا واجتماعيا وخاصة قانونيا بهدف تحقيق إعلام الكتروني حضاري يهتم بقضايا وشؤون المجتمع الراهنة.

وقد نص ميثاق الشرف الإعلامي الصادر عن الأمانة العامة لجامعة الدول العربية في مؤتمر عقد في تونس عام 2013 على: "نحن الإعلاميون العرب العاملون في مجالات الاتصال والإعلام والمعلومات نلتزم التزاما ذاتيا نابعا من إحساسنا بمسؤولياتنا المهنية والقومية، بمواد هذا الميثاق وفقا لمنطلقاته ومبادئه وأهدافه." وشددت بنود الميثاق على ضرورة الالتزام بالمصالح العليا العربية والحفاظ على الهوية العربية وتحري الصدق وقول الحقيقة والالتزام برفع مستوى الثقافة العربية بما يتماشى مع التطورات العلمية والتكنولوجية في العالم، وعدم نشر أية مادة من شأنها نشر الكراهية وإثارة الفتن واحترام الرأي والرأي الآخر، ومنع التعبئة والتشهير والابتزاز وغير ذلك من الأسس والأخلاقيات التي تجعل الإعلام الجديد إعلاما مثمرا وبناء وعاملا للوحدة العربية، والتأكيد على وحدة المصير وتعزيز الإحساس بالمسؤولية لدى كافة العاملين في الإعلام. (الجندي، 2016)

خاتمة:

الكثير من الدعوات صارت ترتكز على تطوير المهارات التقنية للعاملين في الإعلام الجديد، وكأن هذا الإعلام يقوم فقط على التفوق التقني. فعمل القائم بالاتصال ينبثق من المهنية الصحفية والإعلامية والأخلاقية والفهم لسمات واحتياجات الرأي العام وتطبيق السياسات التحريرية وأهداف الموقع، فضلا عن مواكبة التغيرات التكنولوجية الدائمة والتي تؤثر في صناعة الرسالة. ويرتكز إصلاح وضع الإعلام الجديد على ضرورة إصدار قوانين أخلاقية وتشريعات تكفل العمل الإعلامي على الأنترنت، وتحمي العاملين به من خلال إنشاء كيان تنظيمي جديد يرعى شؤونه، وإعادة النظر في دور الكيان القائم في رعاية العمل الإعلامي وتشجيع المهنية الصحفية على الأنترنت. ومن جهة أخرى، فإننا نأمل أن تقوم المواقع بدور أكبر في تدريب محرريها والعاملين بها، فضلا عن الاهتمام بعقد اجتماعات دورية حول أساسيات العمل وأخلاقياته، وتحديد طبيعة الجمهور ومتطلباته وأهداف الموقع، ومناقشة السياسة التحريرية وتقييم العمل بشكل دوري والاهتمام بقياس الرضا الوظيفي.

قائمة المراجع:

أولا–الكتب:

1- أبو خليل، فارس (2015) ***وسائط الإعلام بين الكبت وحرية التعبير***، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

2- أبو يوسف، إيناس وآخرون (2016) ***دليل الصحافة الاستقصائية من أجل التنمية***، مصر، مؤسسة فريدريش إيبر.

3- بن مسعود، معز (2019) ***أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية***، قطر، مركز الجزيرة للدراسات.

4- تنيو، فاطمة الزهراء (2018) ***الاتصال الدولي والهيمنة***، الجزائر، دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع.

5- حسام الدين، محمد (2003) ***المسؤولية الاجتماعية للصحافة***، القاهرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية.

6- حمزة، عبد اللطيف (1996) ***أزمة الضمير الخلقي***، القاهرة، دار الفكر العربي.

7- الدليمي، عبد الرزاق (2017) ***أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين***، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

8- الدليمي، عبد الرزاق (2015) ***صناعة الإعلام العالمي المعاصر***، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

9- الساري، فؤاد (2015) ***وسائل الإعلام – النشأة والتطور***، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

10- المشاقبة، بسام عبد الرحمن (2014) ***نظريات الإعلام***، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

11- صدقة، جورج (2008) ***الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع***، بيروت، مؤسسة مهارات.

12- المقدادي، كاظم (2013) ***الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة***، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

13- مركز هردو (2016) ***أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي والإعلامي***، القاهرة، مركز هردو لدعم التعبير الرقمي.

14- هونبرغ، جون (1996) ***الصحفي المحترم***، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع.

ب–الدوريات:

15–**برقان**، محمد (2017) ***حق الممارسة الإعلامية في الجزائر بين الحرية والأخلاقيات المهنية – دراسة لوقع الصحافة الإلكترونية في ضوء قانون الإعلام 2012***، لبنان، مجلة جيل حقوق الإنسان، العدد 23.

16–سلامن، رضوان ومهني، سامي علي (2019) ***البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي "المفاهيم والضوابط"*** ، الجزائر، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد: 8، العدد 1.

ثالثا–مواقع الأنترنت:

17–أبو وردة، رهام (2016) ***وسائل الإعلام الجديد***

تم استرجاعه بتاريخ: 2018/04/06 من:http://mawdoo3.com/

18–بدران، عبد الله (2014) ***الإعلام والعولمة –التحديات والإشكاليات –***

تم استرجاعه بتاريخ: 2018/04/06 من:

http://www.kuwaitmag.com/index.jsp?inc=5&id=11719&pid=1766

19–الجاف، أميرة عبد الله (2015) ***القيم الأخلاقية في العمل الإعلامي***

تم استرجاعه بتاريخ: 2018/03/20 من:http://www.rozhnamawany.com/ar/?p=148

20–الجندي، سهى (2016) ***أخلاقيات الإعلام الجديد***، مجلة إيلاف

تم استرجاعه بتاريخ: 2019/11/14 من:https://elaph.com/Web/opinion/2016/9/1107565.html

21– عليوان، إيمان (2015) ***الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد***

http://www.almodon.com/opinion/2015/12/8تم استرجاعه بتاريخ: 2018/03/22 من:

22–اللبان، شريف درويش (2015) ***الضرورة الحتمية: الضوابط الأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد***

تم استرجاعه بتاريخ 2018/04/04 من:http://www.acrseg.org/36569

23–مهدي، محمد عبود (2006) ***أخلاقيات العمل الصحفي – المفهوم والممارسة –***

تم استرجاعه بتاريخ: 2018/03/22 من:http://abu.edu.iq/research/articles

أنماط التلقي وإشكالية التفاعل مع المضامين الإخبارية في تلفزيون الإنترنت

"الويب تيفي **Web Tv** عبر مواقع التواصل الاجتماعي"

Receiving manners and the problematic of News interaction contents with news content on Internet TV

"Web TV on social media"

د/كريم دواجي *

أ/**حسيبة إبلعيدان** *

الملخص:

إن قوة وسائل الإعلام بالوسائط الجديدة لا تقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتيحها والتي تسمح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية، بل أحدثت ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي ، هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية وبشكل خاص عبر ما بات يعرف بتلفزيون الإنترنت أو ما يسمى بالويب تيفي (web tv) الذي أصبح يلعب دوراً رئيساً في مجال الإعلام المرئي من خلال تحوله لنسخة أكثر عصرية وتفاعلية مع المشاهدين، عبر توفير إمكانية بثّ ومشاهدة المواد التلفزيونية عبر الإنترنت خاصة المواد الإخبارية كونها تتسم بالمرونة وسرعة التدفق التي تتيحها لها الأحداث المتسارعة الذي يعرفها العالم، سواء كانت مسجّلة أو مباشرة دون الحاجة للاستعانة بالأقمار الصناعية، أو طرق البثّ التقليدية لإيصال المادة المرئية للمشاهد.

وتسعى هذه الورقة البحثية إلى التعرف على أنماط وأشكال تلقي المضامين الإخبارية في تلفزيون الإنترنت وإشكالية التفاعل معها من خلال خدمة البثّ التلفزيوني عبر الإنترنت الذي يتيح مزايا عدّة أبرزها سرعة ومرونة التدفق والخدمات التفاعلية المجانية التي تشمل الحصول على جدول البثّ ومواعيد البرامج وخدمة التذكير والتسجيل، وعملية نقل الأخبار والأحداث عبر البثّ المباشر، بالإضافة إلى ما يوفره من مواقع متخصصة في مشاركة الصور والفيديوهات والمنصات التي في كثير من الأحيان تهتم بعرض التقارير والأخبار العاجلة وبصورة بسيطة وسهلة.

*-أستاذ محاضر بجامعة الجزائر03، كلية علوم الإعلام الاتصال/ karimdaouadji08@gmail.com

* -أستاذة بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام.

Abstract:

The power of the new media is not limited to the interaction that it offers, which allows both the sender and the recipient to share the roles of the communication process, but has also revolutionized the digital communication content that contains a mixture of text, images, audio files and video clips. This multimedia content has Tremendously propagate over the last few years, especially through what has become known as Internet TV or the so-called Web TV (which is playing a major role in the field of visual media through its transformation to a more modern and interactive version with viewers through various social media web sites .

It also offers the possibility of broadcasting and watching live and direct TV material, especially news items, as they are flexible and velocity flow that allows theme to accelerated events known in the world, whether recorded or live without the need for the use of satellites, or traditional broadcasting methods to deliver the visual material to the viewer. Internet TV via mobile phones, which have been popular recently, which allows to watch channels or browse news sites that broadcast on social media

Key words: Social media web sites/ Web Tv television/ credibility/ Newsletters or news content,

مقدمة:

لا شك أن وسائل التواصل الاجتماعي هي إحدى أهم أدوات تداول المعلومة والخبر بين البشر في مختلف أنحاء العالم، واستطاعت أن تكسر احتكار المؤسسات الإعلامية الرسمية للمادة الخبرية، كما أنها أخرجت لنا نموذجاً جديداً من الإعلاميين يسمى "المواطن الصحافي"، وهو ذلك المواطن الذي لم يعد متلقيا فحسب للمعلومة بل أصبح مشاركا فيها ومنتجا لها، عبر ما يملكه من وسائل غير احترافية ومهارات محدودة، ونشرها وبثها وتداولها على نطاق واسع، للحد الذي جعل بعض المؤسسات الإعلامية الرسمية أو شبه الرسمية تستعين أحيانا بتلك المواد، رغم افتقارها للمواصفات الفنية المطلوبة، إلا ان أهمية الحدث كانت بديلا عن جماليات الصورة أو دقتها، فالمشكلة الأساسية والتي أمكن تجاوزها، لم تكن في الجوانب الفنية فحسب، بل في الوعي بالجوانب المهنية والأخلاقية التي يجب التزود بها عند استخدام تلك الوسائل، مما جعلها في أحيان كثيرة بيئة مواتية لنشر الشائعات والأخبار المختلقة خاصة عبر تلفزيون الإنترنت، وهذا ما يطرح إشكالية التفاعل مع مختلف المضامين الإخبارية.

إن الوظيفة الأهم لكافة الوسائل الإعلامية هي الإخبار أو الإعلام؛ ويعرف بأنه إحاطة الفرد علما بما يدور حوله من أحداث، بدقة وموضوعية حتى يستطيع أن يتخذ القرار الصائب فيما يتعرض له من قضايا صغرت أم كبرت، كما تعد أنماط التلقي وإشكالية التفاعل مع المضامين الإخبارية في الوسائط الإعلامية الجديدة ذات المصداقية من أهم مقومات نجاح المادة الخبرية التي يجب تداولها .فمن خلال كل ما سبق تقديمه فإن الورقة البحثية هذه تبحث في الآتي: **ما أنماط التلقي وإشكالية التفاعل مع المضامين الإخبارية في تلفزيون الإنترنت "الويب تيفي web tv" عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟**

وانطلاقا من هذه الإشكالية وجب تحديد جملة المفاهيم والمصطلحات الآتية: **التلقي التفاعلية –مواقع التواصل الاجتماعي–تلفزيون الإنترنت الويب تيفي web tv–المضامين الإخبارية.**

أولا–التفاعلية

التفاعلية مركبة من كلمتين في أصلها اللاتيني، ومعناه ممارسة بين اثنين أي تبادل وتفاعل بين شخصين من هنا نفهم أن معنى التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل، ولقد تداول الوسط الفكري والعلمي والصحفي هذا المفهوم ''التفاعلية'' في بداية التسعينيات من القرن الماضي نتيجة التقدم الهائل الذي تعرفه التكنولوجيات الرقمية والذي تم بفضل المعلوماتية.وفي خضم هذه التطورات التكنولوجية، أصبح مفهوم التفاعلية مرتبطا أكثر فأكثر بالوسائط المتعددة، وبالتالي فإن هذا المفهوم عادة ما يشير إلى مفهوم تسويقي، يتضمن الكثير من الوهم، لأنه يمكننا التحدث عن أشكال متعددة من التفاعلية والمرتبطة بتعدد البرمجيات والتطبيقات الإعلامية، كما يرتبط مفهوم التفاعلية بمفاهيم الحرية والديمقراطية والمشاركة والحوار.

ويعتمد شكل التفاعل على نوع الوسيط (الوسيلة)، وشكل الواجهة وطريقة تصميم البرنامج، فالتفاعلية تختلف باختلاف الوسيلة، فالتفاعلية مثلا في الإذاعة ليس نفسها في التلفزيون، لذا يشير (Michel Sénécal) إلى أن هذا المفهوم يتسم بالطابع التجاري والقيمة المضافة بسبب تعددت الاتجاهات والبحوث فلقد اختلفت خلفية الباحثين في هذا المجال وعليه تعددت التعريفات. ولهذا، سنقوم في هذه الدراسة بتقديم مجموعة من التعريفات للتفاعلية كل حسب اتجاهه، ونكتشف ما إذا تجسدت هذه الظاهرة في الوسيلة أم الرسالة أم المستخدم أم العلاقة بين المرسل والمستقبل.
ويقول نصر الدين لعياضي عن التفاعلية أنها مفهوم ابتكر في البداية للدلالة عن شكل خاص من العلاقة بين السمعي البصري والمشاهد، والهادفة إلي تحويل المشاهد الساكن والسلبي إلي عنصر فعال ونشيط، بشكل يؤثر

في البرمجة لكن الاستخدام التدريجي والمتعدد لهذا المفهوم، أصبح يدل على كل أنواع مشاركة المتلقي في الرسالة، سواء أحدثت رجع الصدى أو لم تحدث أصلا.

ثانيا-مواقع التواصل الاجتماعي:

مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية، حيث أن التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات، وتعرف الشبكات الاجتماعية كخدمة الكترونية تسم للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسم لهم بالتواصل مع الآخرين[1] .

وهذه المواقع استخدمها الجمهور كمنصات إعلامية يتداولون عليها المعلومات والآراء في شتى المجالات.

وتعد **مواقع التواصل الاجتماعي**

من وسائل التواصل الالكتروني التي تسم للمشترك بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء خرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، وباتت مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني في الآونة الأخيرة تسيطر على أوقات وأفكار الشباب، إذ إنها تعتبر سلاحاً ذو حدين فمن وجهة نظر أنها أثرت على العلاقات الاجتماعية بشكل سلبي، يرى البعض الآخر أن استخداماتها مفيدة كالتعرف على ثقافات وحضارات الشعوب الأخرى.

وتتميز **مواقع التواصل الاجتماعي** بأنها إعلام مفتوح ، حيث يتم الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من التكاليف، ويوسع من دائرة مستخدميها، وقد تنامى دور القطاع الخاص في مجال العمل لإعلامي مع ظهور أشكال جديدة من الإعلام مثل إعلام الفرد القائم على البث الشخصي (المواطن الصحفي)وعلى الرغم من الامتيازات والخصائص التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن هناك إشكاليات تواجه انتشار الإعلام الإلكتروني تتمثل في صعوبة الوثوق والتحقق من صحة ومصداقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها هذه المواقع في ظل الصراعات والحروب التي تحدث حول العالم، والتي تجعل من مصداقية الأخبار المنشورة في محل شك دائم[2] .

1. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات

لقد زادت تكنولوجيا الاتصال الحديثة من إمكانية إرسال الأشخاص للمعلومات وتلقيها، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي إحدى هذه التقنيات التي شهدت زيادة الاستخدام كمصدر للمعلومات، على

[1]- عبد الحميد بسيوني: **الوسائط المتعددة**، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2004 ص32.

[2]- أشرف عصام فريد : **دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الطالب الجامعي الأردني**، رسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجيستر في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط،2006، ص 42.

سبيل المثال يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للبحث عن معلومات حول مواضيع خطيرة، مثل أخبار الحروب والفوضى الأمنية والكوارث الطبيعية وتعميم المعلومات حول تفشي الأمراض كالكوليرا وتحديد مصادر المياه النظيفة وغيرها، كما شهدت مواقع التواصل الاجتماعي قدرا كبيرا من الاستخدام من قبل أولئك الذين يسعون للحصول على معلومات، والذي أصبح أمرا سهلاً ويسيرا مع انتشار التكنولوجيا وسهولة الوصول إلى الإنترنت، ويستخدم الأشخاص مواقع التواصل الاجتماعي لجمع المعلومات ومشاركة القصص ومناقشة الاهتمامات.

وتتميز مواقع التواصل الاجتماعي كذلك بالتنوع، حيث تتيح للأفراد من جميع أنحاء العالم الوصول إلى مواقع الشبكات الاجتماعية على اختلاف مواقعهم الجغرافية، كما تمكن الفرد من الوصول إلى الأخبار بكل سهولة في الطرف الآخر من الكرة الأرضية، كما أن هذه المواقع بدأت بتوفير المعلومة بأكثر من لغة حتى لتصل إلى أكبر قدر ممكن من المهتمين، مما يأتي للفرد تعلم بعض الأمور عن الثقافات واللغات الجديدة وما يدور من حوله في العالم

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي قوة طاغية على المشهد الإعلامي، فهي تتحدى وسائل الإعلام التقليدية السائدة وقد تسدي لإلغاء دورها ولو بشكل جزئي، ويعد نطاق مواقع التواصل الاجتماعي اوسعاً جدا، إذ أنه ينشر معلومات بسرعة أكبر من وسائل الإعلام التقليدية، ويظهر معلومات ربما حاول الإعلام التقليدي تجاهلها والتغطية عليها، كما تمكن مواقع التواصل الاجتماعي الصحفيين من الحصول على المعلومات من أفراد يصعب الوصول إليهم والمساعدة في تأكيد الخبر من مصدره الحقيقي.

ومن هذا المنطلق، بات من الصعوبة تجاهل أن وسائل الإعلام الاجتماعية أصبحت جزءاً أساسياً في توزيع ونشر الأخبار عبر الإنترنت، وبفضل أدواتها المريحة وسهلة الاستخدام لنشر المحتوى، فقد أصب من السهل عليها مشاركة الأخبار مع الأفراد والمؤسسات الإعلامية الأخرى بشكل أوسع.

ثالثا–تلفزيون الإنترنت "الويب تيفي" web tv:

تعني كل موقع إنترنيت محتواه يتشكل أساسا بالفيديو وهذا المحتويات يجب أن تكون متكررة، ومكشّفة ويجب التمييز بينها وبين ال أي بي تي في، وهي تقنية لبث تلفزيوني كلاسيكي عبر خط اشتراك رقمي غير متماثل (ADSL)تقوم التقنية على ضغط بيانات الفيديو، وتحويلها عبر وسائط فترسل بعد ذلك، باستخدام برنامج أو تطبيق صمم خصيصا لذلك، حتى تصل للمشاهدين[1].

---

[1]– علي محمد شمو: **التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والأنترنت**, الشركة السعودية للأبحاث والنشر، جدة 1998، ص236.

ويمكن مشاهدة **تلفزيون الإنترنت "الويب تيفي"** من خلال الكثير من الطرق المختلفة، ويُعدّ الكمبيوتر الطريقة الأكثر شيوعاً بينها، وذلك من خلال المشاهدة المباشرة على شاشة الكمبيوتر أو عبر شاشة التلفزيون العادي عند وصلها بالكمبيوتر، كما يمكن مشاهدة تلفزيون الإنترنت عبر الهاتف الذكي المحمول التي عرفت انتشارا كبيرا، ومن الطرق التي بدأت تنتشر بشكل كبير أيضاً في الآونة الأخيرة، هي أجهزة تلفزيون ذكية يمكنها الاتصال بالإنترنت عبر شبكات -**واي فاي**- تمكّن من مشاهدة القنوات التي تبثّ عبر الإنترنت أو تصفّح المواقع الإلكترونية مثلها من أيّ جهاز كمبيوتر.

1. **مميزات وخصائص تلفزيون الإنترنتweb tv**:

يتيح البثّ التلفزيوني عبر الإنترنت مزايا عدّة أبرزها الخدمات التفاعلية المجانية والتي تشمل الحصول على جدول البثّ ومواعيد البرامج بالإضافة خدمة التذكير والتسجيل، مع إتاحة خدمة المشاهدة حسب الطلب، وخدمة نقل الفعاليات والأحداث عبر البثّ المباشر. ويمكن تصنيف المشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت وطريقة استقبالها وبثّها لتشمل ثلاثة أنواع[1]:

- **النوع الأول** وهو ما يُعرف بالمشاهدة المباشرة online TV عبر تطبيقات أو مواقع متخصصة توفر هذه الخدمة، حيث يمكن مشاهدة القنوات التلفزيونية أو متابعة البثّ المباشر للفعاليات المنقولة. يُذكر أنّ الكثير من القنوات التلفزيونية اتجهت أخيراً لبثّ برامجها عبر مواقعها الإلكترونية بطريقة مجانية.- أما **النوع الثاني** فيتمثل بمشاهدة البرامج المسجّلة أو ما يُعرف«Catch up TV» ، وذلك بعد موعد بثّها الأساسي عبر مواقع إلكترونية متخصّصة بتوفير هذه المواد لفترات محدَّدة. وفي هذا السياق أيضاً عمدت قنوات تلفزيونية متعدّدة الى تخصيص أقسام عبر مواقعها الإلكترونية لتوفير هذه المواد بهدف التفاعل مع المشاهدين.

– **النوع الثالث** هو خدمة المشاهدة حسب الطلب – Video on Demand ، وهي إحدى الخدمات التفاعلية التي يتيحها نظام **البثّ التلفزيوني عبر الإنترنت** وغالباً ما تُقدَّم مقابل رسوم مالية واشتراكات شهرية، وتتيح للمستخدمين مشاهدة الأفلام والبرامج التلفزيونية والمباريات الحصرية وغيرها. يقول إيفريت إ. دينيس –المدير التنفيذي لجامعة نورث ويسترن بقطر، ورئيس الفريق البحثي القائم على الدراسة– وفق بيان صحفي تعقيبًا على نتائج الدراسة: "إن من بين النتائج الأكثر وضوحًا على مدى السنوات الخمس الماضية أنه منذ عام 2015، ارتفعت نسبة المواطنين العرب الذين يستخدمون هواتفهم الذكية للاتصال بالإنترنت بنسبة 13%، في حين انخفضت نسبة مستخدمي الكمبيوتر المكتبي

[1]-.حسني محمد نصر: **الانترنت والإعلام– الصحافة الالكترونية**–.مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت 2003 ص38.

والكمبيوتر المحمول بمقدار 11%، ولعل هذا ما يفسر ارتفاع استهلاك الأخبار الرقمية عبر الهواتف الذكية."

2. الاتجاهات الحديثة في تلفزيون الإنترنت web tv :

قبل الخوض في تحديد مفهوم الاتجاهات الحديثة التي عرفها تلفزيون الإنترنت "الويب تيفي web tv، لابد من الإلمام بالسياق العام الذي تبلور من خلالها هذا الأخير، فلا شك أن مختلف الأدوات والمكونات التكنولوجية التي أفرزتها ثورة المعلوماتية في بدايات النصف الثاني من القرن العشرين، استخدمت كوسائل للتواصل والاتصال بين الأفراد، حيث أن وسيلة الإنترنت وما تحويه من توليفات وتطبيقات تكنولوجية لم يكن يعتقد في يوم من الأيام، أنها ستتحول إلى وسائل تحتضن مضامين إعلامية.

ويرجع العديد من الباحثين لتحول وظيفة الوسيلة الاتصالية إلى وسيلة إعلامية حيث تم دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة(multimédia) ، مع القدرة التفاعلية (Interactivité)للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الاتصال.

ويصنف البعض الخدمات التي بات يقدمها تلفزيون الإنترنت عبر الوسائط الجديدة وفقا لثلاثة أنماط:

-**النمط الأول يمارس فيه الويب تيفي web tv** (**تلفزيون الإنترنت**) **بتقنية تقليدية:** مثل المضامين الإخبارية التي تقدم في شكل النشرات الإخبارية الحية، والبرامج الحوارية الحية.

-**النمط الثاني التأثير الإعلامي التي يحدثه تلفزيون الإنترنت بتقنية جديدة:** مثل المواقع الإخبارية الإلكترونية، والخدمات الإعلامية على الهواتف الذكية.

-**والنمط الثالث تطبيق الإعلام الجديد بتقنية مختلطة:** بما يذيب الفارق المفترض بين الإعلام الجديد والتقليدي، مثل النسخ الالكترونية للصحف الورقية، أو فتح فضاءات لإعلام المواطن داخل فضاءات تلفزيونية.

أو هو العملية التي تكون فيها أشكال متعددة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال الرقمية في شكل تفاعلي، ونشوء حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات.

حفظت التقنية والأقمار الصناعية ماء الوجه للتلفاز في مواجهة طوفان الإنترنت، فالسرعة المتاحة لمستخدمين في بعض البلدان لا تفي بالغرض لاستعراض التلفزيون على الإنترنت، لكن هذه التقنية تتميز بالسرعة ومن المتوقع أن تصل إلى سرعات عالية جداً متاحة للجمهور.

لكن المنافسة الآن أصبحت **في إنتاج** (**المحتوى التلفزيوني**) فانتشرت المقاطع المنتجة على الإنترنت بجهود شخصية، والتي يقوم بإنتاجها ثلة من الشباب المتحمس لإطلاق قدراته، فساهمت مواقع نشر الفيديو مثل (YouTube)في نشر إنتاج الشباب للعالم، وأصبحوا قادرين على نشر إبداعهم عبر هذه الوسائط بعيداً عن سلطة المؤسسات الإعلامية واختياراتها، فظهرت الكثير من التجارب الناجحة على هذه المواقع أجبرت المؤسسات الإعلامية إلى الالتفات إليها والاستفادة من قدراتها، وفعلاً نجد كثيراً من المواهب انتقلت من الإنترنت عبر تطبيقات الهواتف الذكية لتقدم موادها عبر التلفزيون، سواء أكانت هذه التجارب دعوية أو كرتونية أو فكاهية، فأصبح التلفزيون على خطر الدخول في متاهة التكرار والتقليدية، لذلك فقد اتجهت بعض القنوات التلفزيونية إلى استحداث إدارات تعنى بالإعلام الجديد، وتبني نشر المواد عبر الوسائط المختلفة (الإنترنت، الجوال) بالإضافة إلى التلفزيون، مما جعله يكسب عدداً من الجمهور الشاب، والمحافظة على الإعلانات قدر الإمكان.

رابعا–نماذج التطبيقات الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تتطور تكنولوجيات شبكة الإنترنت وتطبيقاتها بسرعة كبيرة فلا يكاد يمضي يوم إلا ويضاف إلى عالم الشبكة العنكبوتية تطويرات لتطبيقات إعلامية موجودة في الشبكة أو تضاف لها، ومن نماذج التطبيقات الموجودة في شبكة الإنترنت والتي استفادت منها الهواتف الذكية:

1.1–خدمة الويب:

وهو نظام كومبيوتري يحول صفحات الإنترنت المصممة للكومبيوتر ليجعلها صغيرة بشكل يناسب شاشات الهواتف المحمولة أو الأجهزة الإلكترونية المحمولة الأخرى، ويقول د. محمد الرميح " تم تطوير بروتوكول الويب في العام 1997 عندا اجتمعت بعض الشركات المصنعة للهاتف المحمول وعلى رأسها نوكيا وموتورولا وأريكسون بالإضافة إلى شركة فون دوت كوم التي كانت تسمى في ذلك الحين UNWIRED PLANET بغرض ربط أهم شبكتين في العالم ؛شبكة الهاتف المحمول وشبكة الإنترنت فيستفيد المستخدم من خاصية المحمول ومما تقدمه الانترنت من خدمات ومعلومات "[1]، أما التطبيقات التي يمكن توفيرها عبر الويب فتتضمن الرسائل الصوتية والإلكترونية الحوار التصفح أو الحصول على المعلومات الضرورية للمستخدم كأسعار العملات والأسهم وحركة الطيران والتجارة المتنقلة، الدخول على الشبكات المحلية وغيرها.

---

[1] د.رميح بن محمد الرميح: **هل ينجح الويب كما نجح الويب؟** مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتكنولوجيا. www.khayma.com./madina/wab.htm

2.1 التقاط الصور أو الفيديو أو الصوت بواسطة الهاتف الذكي

بإمكان التقاط الصور أو الفيديو أو الصوت أن يكون أداة قوية لتوثيق أحداث مهمة ومشاركتها. لكن من المهم اتخاذ الحذر واحترام خصوصية وأمن الأشخاص الذين صُوروا بواسطة الكاميرا أو سُجلت أصواتهم فعلى سبيل المثال، إذا التقطتم صوراً فوتوغرافية أو فيديو أو تسجيلات صوتية لحدث مهم، فقد يعود الأمر عليكم وعلى من يظهر في هذه التسجيلات بالخطر إذا وقع الهاتف في أيادٍ غير أمنة وفي هذه الحالة قد تكون الاقتراحات التالية مفيدة :

– العثور على طريقة آمنة لرفع ملفات الوسائط المسجلة في أسرع وقت ممكن، وإزالتها من جهازك.

– استخدام أدوات تمسح وجوه أولئك الذين يظهرون في الصور ومقاطع الفيديو، أو تشوّش الأصوات المسجّلة.

1–3–البث التلفزيوني عبر الهاتف الذكي:

ويستخدم البث التلفزيوني عبر الإنترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام عدة برامج تبعا لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث، ويتم تغذية محطة التقاط البث الخاصة بالإشارات الصوتية والمرئية التي تكوّن مجتمعة الملف المراد بثه ويقلص حجم الملفات بعد الالتقاط وتحول إلى هيئة العرض، وترسل هذه الملفات عبر اتصال شبكة رقمية إلى أحد ملفات الإنترنت المحلية والمزودة بتسهيلات تدفق البث الفوري"[1].

- ويقول بهاء عيسى "مع كل التقدم الحاصل في شبكة الانترنت إلا أن البث التلفزيوني في الشبكة لم يصل إلى النضج التكنولوجي الذي يضعه في خانة الاعتمادية، حيث أن تنزيل الصورة يأخذ زمنا طويلا وهي نفسها مازالت ضعيفة في مستواها الفني الذي ينبغي أن تكون عليه"[2]. وتشبه مواقع بعض الشبكات التلفزيونية المواقع الإعلامية والمعلوماتية الكاملة حيث يتم من خلالها تقديم المواد الإخبارية والمعلومات التي يوفرها التلفزيون، مثال ذلك شبكة سي إن إن CABLE NEWS NETWORK
- كما استفاد البث التلفزيوني عبر الإنترنت من كافة المواد الفيلمية التي لا يمكن عرضها على شبكات التلفزيون الرسمية أو المملوكة لجهة معينة سواء تلك التي ترتبط بعمليات عسكرية كما حدث في العراق ودول أخرى في العالم أو الجرائم التي يصورها هواة عرضيا أو حتى التي تصور من خلال كاميرا أجهزة الهاتف المحمول.

[1] – بهاء عيسى: **شاهد التلفزيون عبر الانترنت**، مجلة أنترنت العالم العربي، نوفمبر 1999 ص 76ص77.

[2]– بهاء عيسى، **مرجع نفسه**، ص 79.

4.1 خدمة الإخبار بالهاتف الذكي أو المحمول:

وبالنظر لاشتراك الهاتف المحمول بالكومبيوتر وكذلك الإنترنت لذلك فقد تم الاستفادة من المشترك بين الهاتف المحمول والإنترنت فتم توفير ميزة تلقي البريد الإلكتروني ويتم عبر خدمة الرسائل الهاتفية SHORT MESSAGE SERVICE تقديم للمشتركين مجموعة من الخدمات الاخبارية تشمل خدمات وكالات الأنباء وبعض الصحف اليومية والمواقع الإخبارية في شكل نصوص أو وسائط متعددة تستقبل بواسطة الهاتف المحمول هذا بالإضافة إلى إرسال واستقبال وعرض الصور الملونة والرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية والبصرية، كل ذلك عبر شبكة الهاتف المحمول من هاتف إلى آخر أو من هاتف إلى بريد إلكتروني على شبكة الإنترنت.

خامسا–الأخبار عبر الإنترنت:

أصبحت الإنترنت أداة ضرورية في القرن الواحد والعشرين تنافس وسائل الإعلام التقليدية في المعلومات والتثقيف والتسلية، كما أن بإمكاناتها المتقدمة في الاتصالات وتعدد أوساطها استطاعت أن تجمع إمكانيات التلفزيون والراديو والهاتف في وسط واحد،

- ويقول برودي "بينما يستمر التلفزيون في الوفاء بتوقعاته الماكلوهانية في كونه (النافذة إلى العالم) فإن الإعلام الرقمي وخاصة تلك الموصولة بالإنترنت عن طريق الهواتف الذكية (المحمولة) – تعمل في الحقيقة على وصل المستخدم بالعالم "[1].

ومع التجارب العالمية التي كرست الحضور المتزايد للجمهور وأعتمد فيها على الإنترنت كمصدر مباشر للمعلومات "الانتخابات الأميركية عام 2000 التي كان 20 % من الأميركيين يحصلون على أخبارها من الإنترنت، وخاصة عند الأجيال الجديدة (الشابة) التي تستخدم الهواتف الذكية، علما أن ثلث شباب أميركا تحت سن الثلاثين يحصلون على أخبارهم عبر الشبكة مرة واحدة أسبوعيا على الأقل "[2].

[1] -Brody,Douglas A. (1999) **Broadcasting in the Arab World; A survey of the electronic media in the middle East**..Lowa State University Press.

[2] -Eveland Jr.,W.and Marton,K and Seo , M.(2004)Moving Beyond"Just the Fact":**The Influence of Online News on the Content and Structure of Public Affairs Knowledge**. **Communication Research**,, 31(1):82-108.

– ويقول أليكساندر في ذات الموضوع عندما اندلعت الحرب في العراق في مارس 2003 فإن 17 % من الشعب الأميركي استخدم الإنترنت كمصدر أساسي للأخبار في حين حصل 89 % منهم على تلك الأخبار من التلفزيون، ومن الجدير بالذكر أن ال 17 % الذين كانوا يحصلون على الأخبار مباشرة من الإنترنت عبر خدمات وتطبيقات الهواتف الذكية، فإن المواقع الإلكترونية التي كانوا يصلون إليها كانت على الأغلب مرتبطة بإعلام الأخبار ذات الاتجاه السائد مثل CNN و M SNBC ".[1]

أن الإنترنت يعطي انطباع المجال الحر لتدفق المعلومات والأخبار التي يتم تقديمها من خلال الوسط نفسه وخاصة أثناء الحروب والنزاعات السياسية، وقد أوجد اختلاف الأخبار والمعلومات على الإنترنت تنافسا بين مزودي الأخبار المختلفين خارج الشبكة، وتحديات إتباع الأنماط التقليدية للإعلام والأخبار مع تكنولوجيا الاتصالات الجديدة والإنترنت التي أصبحت ممكنة بين هذه المنظمات لإحداث وجود مميز وقوي لعالم الإنترنت المباشر على الشبكة العالمية WWW.

وقد تمكنت الإنترنت من إثبات وجود قوي للباحثين عن الأخبار والمعلومات والراغبين بالحصول على أخبار فورية وهو ما دفع اغلب وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة إلى إنشاء مواقع إلكترونية تواكب هذه الرغبة وتماشي إمكانات الإنترنت في القدرة على التحديث والإضافة على الأخبار والتقارير الصادرة على مدار الساعة.

سادسا–المصداقية وإشكالية التفاعل:

الثقة في الوسيلة او إمكانية الاعتماد عليها، وتعني ايضاً احترام الوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل، ويرى آخرون أنها تعني رضا الجمهور عن أداء الوسيلة فالمصداقية عند البعض تعني الأداء الصائب.

التعريف الإجرائي: الوسيلة الإعلامية التي تتصف بالمصداقية، تلك التي يعرف عنها بث الأخبار الصحيحة والتثبت منها قبل بثها بطرق مختلفة.

[1] -Alexander، A.(2004) **Disruptive Technology: Iraq and the Internet in Miller**, D(ed.) Tell Me Lies: Propaganda and media Distortion in the Attack on Iraq. Pluto Press. P 132)

وتعرف سوزي سيد سالم المصداقية بأنها[1] "مدى ثقة المتلقي فيما تقدمه الوسيلة، بناءً على خبرته السابقة مع ما تقدمه من معلومات تأكد له صحة مصدرها وأمانة نقلها وموضوعية صياغتها في رسالة تصل إليه في الوقت المناسب من خلال قائم باتصال له خبرته ويحظى بثقته، بالإضافة إلى المرجع النفسي بداخل المتلقي ذاته من خلال معرفته بعلاقة الوسيلة بأي جهة تنحاز لها، وهل تخدم الجمهور أم أنها تنحاز لجهة معينة على حسابه سواء كانت" السلطة أو المعارضة أو جماعات ذات مصلحة".

يسعى الناس للحصول على معلومات من أجل المعرفة، وعملية التماس المعلومات هي عملية متكررة، وتعتمد إلى حد كبير على الحالة المحددة لطالبها، ويمكن أن يقتصر تأثير المعلومات في التعلم(حيث يمكن ببساطة أن يتم تخزين المعلومات واسترجاعها)، ولكن في كثير من الحالات، هناك تأثير أكبر لهذه العملية؛ حيث يمكن تمرير المعلومات إلى الآخرين، ويمكن استخدامها لصنع الق ا ر ا رت، كما أنها يمكن أن تؤثر على المواقف والسلوكيات، فنحن نواجه قدرا كبيرا من المعلومات في حياتنا اليومية، ومعظمها يتم ترشيحه ونحتفظ فقط بما هو مفيد لنا، ومن أهم المعايير التي تستخدم لتصفية المعلومات هي المصداقية[2].

- **الصعوبات التي تواجه المصداقية في بيئة الإنترنت:**

إن أكبر تغيير أحدثته وسائل الإعلام الرقمية هو زيادة إمكانية الحصول على كم لم يسبق له مثيل من المعلومات المتاحة للاستهلاك العام، وهو ما أثار العديد من المخاوف بشأن مصداقية هذه المعلومات، فلقد أشار العديد من الباحثين إلى أن المعلومات المنشورة على شبكة الإنترنت لا تخضع للتصفية خلال حارس المهنة، ونتيجة ذلك تميل أكثر المعلومات الرقمية إلى سوء التنظيم، وتكون غير مكتملة، أو غير صحيحة، كما لاحظ آخرون أن وسائل الإعلام الرقمية تفتقر أحياناً إلى مؤشرات السلطة التقليدية مثل هوية المؤلف أو السمعة[3].

كذلك هناك بعض المشكلات فيما يخص مصدر المعلومات في بيئة وسائل الإعلام الرقمية، ففي بعض الحالات يكون مصدر المعلومات غير متوفر أو غير حقيقي أو مفقوداً تماماً. وهناك معايير قليلة لمراقبة الجودة والتقييم، ولا توجد معايير عالمية لنشر المعلومات على الإنترنت، وبالتالي فهذه المعلومات يمكن تغييرها بسهولة أو يتم تحريفها، والطابع العالمي لشبكة الانترنت يجعل من الصعب وضع معايير للتحكم في جودة المحتوى (المضمون)، وتأخذ شكلا من أشكال التنظيم الحكومي، وهناك قدر كبير من الغموض حول كيفية تقييم

[1]- الحبيبي ريهام: **مصداقية المضامين الدينية الإسلامية في وسائل الإعلام الجديدة لدى الجمهور المصري :دراسة مقارنة،** ص 92.

[2] -Nadine، W & Jacquelyn، B. **journal of the American society for information science and technology** (P.134).

[3]- الحبيبي ريهام: **مرجع سبق ذكره،** ص 98.

المعلومات الرقمية نظرا للحداثة النسبية لهذه القنوات المعلوماتية، وبالتالي تجعل عدم وجود معايير لعرض وتقييم المعلومات أكثر أهمية بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدي[1].

كما أن للإنترنت عدة خصائص تؤثر بشكل كبير على مصداقيتها، منها عدم وجود حارس البوابة أو نقصهم ما يساهم ويؤثر في مصداقيتها، وكذلك تشابه المعلومات المنشورة في الإنترنت والتي تعمل على التشكيك في مصداقيتها، والجمع بين المعلومات الحقيقة والصحيحة والمحتوى الإعلاني، وافتقاد خاصية التفاعلية في المواقع التي من شأنها تعزيز العلاقة بين الجمهور والموقع، والتي تهدف لقياس وتقييم صحة المعلومات المنشورة، وتعدد النقل في المحتوى المعلوماتي يجعله أكثر عرضة للتغيير، والذي يصعب اكتشافه ما يؤثر على مصداقيتها.

سابعا–الهواتف الذكية كمصدر للتفاعلية مع لأخبار في تلفزيون الإنترنت web tv:

أحدثت الهواتف الذكية قفزة نوعية في ميدان نقل الأخبار وتغطية الأخبار، لكنها تطرح أسئلة حول جودة محتوى الأخبار ومكانة القيم الخبرية التقليدية، في ظل اتساع دائرة الاهتمام بها من قبل المواقع الإخبارية ووكالات الأنباء العالمية وساهم وجود الاجهزة الذكية وفي مقدمتها الهواتف الذكية بين أيدي الصحفيين في كثير من الأحيان بتقديم المواد الإعلامية فور الكشف عن أخر مستجداتها، وفتحت صحافة الهاتف الذكي قنوات جديدة للتواصل بين الأفراد في المجتمع، مما قد يتيح فرصة أكبر للجميع للوصول إلى المعلومات العامة والحصول على المعلومات الإنسانية، فلم يسبق لأي أن وصلت إلى أيادي كثيرة في بلدان العالم في فترة زمنية قصيرة كما فعلت التكنولوجيا المحمولة.

إن صحافة الهاتف المحمول هي إحدى وسائل الإعلام الحديثة التي فرضت نفسها بقوة في الوقت الحالي، وتعد الوسيلة الجديدة في مجال الإعلام المرئي من خلال تلفزيون الإنترنت وما يوفره من مواقع متخصصة في مشاركة الصور والفيديوهات وهي المنصات التي من خلالها في كثير من الأحيان عرض الأخبار العاجلة وبصورة تسهل على المتابعين هضم الخبر بسهوله، والتطبيقات البصرية الخاصة بعرض التقارير والقصص الإخبارية.

ولم تقتصر الأجهزة الذكية على الدردشات والتسلية فحسب، بل أصبحت وسيلة لنقل المعلومات والأخبار، كما أصبحت وسيلة للتسويق، فنجد أن معظم الصحافيين أصبحوا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الأجهزة الذكية لتوفرها في كل مكان وزمان لنقل الأحداث والأخبار ونشر مقالاتهم.

[1]– الحبيبي ريهام: **مرجع نفسه**، ، ص 99.

وتمتلك صحافة الموبايل إمكانية وضع تقديم التقارير الإخبارية في أيدي المجتمعات الصغيرة وتسهيل عملية تبادل للمعلومات بين المستخدمين نتيجة سهولة استخدام الهواتف الذكية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية مثل الراديو التلفاز والصحف.

وتجدر الإشارة أن العديد من المؤسسات الإعلامية أولت اهتماما منذ سنوات بتقديم خدماتها الإخبارية عبر الهاتف المحمول من خلال الرسائل النصية القصيرة أو رسائل الفيديو وخدمات أخرى تم تطويرها لاستخدام الهواتف في الميدان الإعلامي.

وكانت بداية استخدام الهاتف المحمول كوسيط إعلامي عبر نظام الرسائل القصيرة حيث يمكنك أن تشترك في خدمة تحصل من خلالها على رسائل قصيرة تخبرك بأخر الأخبار وسبق هذا الرسائل الدعائية والتي لازلت مستمرة حتى يصل العديد منا رسائل ذات طابع إعلاني ودعائي، ولا يقتصر الموضوع على تصفح الجرائد أو المواقع الإخبارية أو الإنترنت بشكل عام، بل تعدت التكنولوجيا تلك المرحلة والآن يمكنك أن تستقبل المحطات التلفزيونية من خلال هاتفك المحمول.

ثامنا–تأثير مصداقية الأخبار في تلفزيون الإنترنت على أنماط التلقي:

لقد كان البحث عن المصداقية جانباً رئيسياً من جوانب الإعلام والصحافة منذ زمن، حيث التركيز على مصداقية المصادر، وعلى الرغم من هذا الاهتمام الموسع للأبحاث في هذا المجال لم يتم التطرق إلى هذا النوع من الأخبار على الإنترنت إلا مسخ ا رً فيما يخص تحليلات المصداقية اوالموثوقية،

حيث خلصت دراسات حول صحافة تلفزيون الإنترنت web tv إلى أنه كلما زاد عدد الأشخاص الذين يستخدمون الويب كلما قلت الثقة به، وأن أكثر المواقع ثقةً على الإطلاق هي تلك الموجودة في وسائل الإعلام القديمة.

وتعد المصداقية أحد العوامل التي تستأثر على وسائل الإعلام وعملية الاتصال، حيث يمكن القول بأنها تعني الثقة في الوسائل أو الإمكانيات التي تتمتع بها المؤسسة الإعلامية أو تعني احترام الوسائل وتقديرها كمصدر للمعلومات والآراء بالمقارنة مع الوسائل الأخرى، بينما يمكن الإشارة إليها على أنها الرضا العام عن أداء الوسائل، وبالتالي فإن مصداقية بعض الوسائل تتمثل بالأداء السليم للوسائل مهما كان نوعها[1].

ويتمثل الاختلاف بين وسائط التواصل الاجتماعي وقنوات الوسائط التقليدية في أن مستخدمي وسائط التواصل الاجتماعي لم يعودوا مجرد مشاهدين ومقيمين للمحتوى فحسب، بل أصبحوا منشئي محتوى

[1]– بوبكر عزيز: **استعمال الوسائل الاجتماعية كمصدر للأخبار–دراسة ميدانية على عينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر**، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2016-2017، ص 115.

كذلك، وبسبب هذا، قد بات مجال الإعلام يواجه قدرا كبيرا من المعلومات والتي بات عليه التحقق من صحتها، ومن أحد المعايير التي نستخدمها لتصفية المعلومات هو مصداقيتها، ونظرا لأن الإنشاء التعاوني واسع النطاق هو أحد الطرق الرئيسية لتكوين المعلومات في الشبكة الاجتماعية، فإن المستخدم بات ينظر في بعض الأحيان إلى المحتوى بشكوك، ولم يعد الجمهور يعتب رها مصد ا رً موثوقاً.

التوصيات التي تقدمها هذه الورقة البحثية:

1-تحري الدقة في الأخبار التي تبث بتلفزيون الإنترنت web tv عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومراعاة صحة المعلومات وصدقها، ليتسنى للمتابعين الاستفادة بشكل سليم.

2-التصدي للأخبار الكاذبة التي تبث عبر المواقع الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تهدف إلى ترويج الشائعات وإثارة الفتن.

3- التوظيف الأمثل للأخبار التي تبث على" الويب تيفي" عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال ما تملكه من إمكانيات وآليات فاعلة وحيوية ومؤثرة لتشجيع تفاعل الشباب بشكل خاص مع ما يدور من حولهم.

4-اهتمام المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة بتوظيف المضامين الإخبارية في تلفزيون الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة أهدافها، وذلك بالنشر والبث والتحديث الدائم والتفاعل مع المستخدمين لتقديم إعلام جاد يحترمه المتابعون.

5-ضرورة وجود وتفعيل تشريع قانوني يحكم عملية تداول المعلومات والأخبار عبر" الويب تيفي" على مواقع التواصل الاجتماعي، لما لها من قاعدة وصول هائلة للجماهير وتأثير كبير عليهم.

6-ضرورة إجراء مزيد من الدراسات حول كيفية التلقي والتفاعل الإيجابي مع المضامين الإخبارية بتلفزيون الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على تأثيراتها المختلفة على المستخدمين.

7-إجراء دراسات وبحوث تختص بمصداقية المضامين التي تبثها عبر المواقع الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

8-الاستفادة من المضامين الإخبارية التي تبث بتلفزيون الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لثقافة التعامل مع الأخبار الصحيحة بين الأفراد المستخدمين.

قائمة المراجع:

أولا–العربية:

1- الحبيبي ريهام: **مصداقية المضامين الدينية الإسلامية في وسائل الإعلام الجديدة لدى الجمهور المصري :دراسة مقارنة** ص 92.

2- – أشرف عصام فريد: **دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الطالب الجامعي الأردني**، رسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجيستر في الإعلام كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط،2006.

3- بسيوني عبد الحميد: **الوسائط المتعددة**، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2004.

محمد شمو علي: **التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والأنترنت**، الشركة السعودية للأبحاث والنشر، جدة 1998.

4- حسني محمد نصر: **الانترنت والإعلام–الصحافة الالكترونية**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع. الكويت 2003.

5- د.رميح بن محمد الرميح: **هل ينجح الويب كما نجح الويب؟**، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتكنلوجيا.www.khayma.com./madina/wab.htm

6- بوبكر عزيز: **استعمال الوسائل الاجتماعية كمصدر للأخبار–دراسة ميدانية على عينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر**، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2016-2017.

7- عيسى بهاء: **شاهد التلفزيون عبر الانترنت**، مجلة أنترنت العالم العربي، نوفمبر 1999.

ثانيا–المراجع باللغة الأجنبية:

8- Brody,Douglas A. (1999) **Broadcasting in the Arab World; A survey of the electronic media in the middle East**..Lowa State University Press.

9- Eveland Jr.,W.and Marton,K and Seo , M.(2004)Moving Beyond «Just the Fact**":The Influence of Online News on the Content and Structure of Public Affairs Knowledge. Communication Research**,,

10- Alexander, A.(2004)**Disruptive Technology: Iraq and the Internet in Miller**, D(ed.) Tell Me Lies: Propaganda and media Distortion in the Attack on Iraq.Pluto Press.

11- Nadine, W & Jacquelyn, B. **journal of the American society for information science and technology**, 2001.

أولويات الأخبار في المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك

Agenda of News in Arabic-speaking websites as reflected by Their pages on Facebook

A Comparative Analytical of CNN-Arabic & BBC-Arabic websites

أ/عرين عمر الزعبي*

الملخص:

سعت الدراسة إلى معرفة أجندة المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك عبر دراسة أولويات الأخبار التي تهتم بها على مواقع التواصل الاجتماعي، كما هدفت الدراسة لمعرفة قيم الأخبار التي تبثها عبر صفحاتها على الفيسبوك. تنتمي الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي والذي من خلاله تم استخدام أسلوب تحليل مضمون، لتحليل محتوى المنشورات التي بثها موقعي BBC-Arabic وCNN-Arabic عبر صفحاته على الفيسبوك، حيث تم اختيار هذين الموقعين وفق أسلوب العينة العمدية، أما العينة الزمنية فقد اتم اختيار

شهر أيار عن طريق العينة العشوائية، بما مجموعه (2730) مادة إعلامية خلال هذه الفترة، وتوصلت الدراسة لنتائج عديدة، أبرزها:

1. هيمنت **الأخبار السياسية** على قائمة مضامين الأخبار في المواقع الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك وشكلت ما نسبته (20.8%).
2. تصدرت **القيم السلبية** قائمة قيم مضامين المنشورات في المواقع الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك بنسبة مئوية وصلت إلى (37.7%).

الكلمات المفتاحية: المواقع الأجنبية الناطقة بالعربية/ صفحات الفيسبوك/ترتيب أولويات

* –باحثة دكتوراه في مجال علوم الإعلام والاتصال –كلية الآداب والعلوم الإنسانية – جامعة عبد المالك السعدي–المغرب

E-mail : alzouby.areen@gmail.com

Abstract:

The study sought to know the agenda of foreign news websites, The study also aimed to Know the values of the news t through their pages on Facebook. The study belongs to the quality of descriptive studies.

Through it.

The study was based on the survey method, content analysis was used To analyse the content on Published posts t by BBC-Arabic and CNN-Arabic on their pages on Facebook, two sites were chosen Purposive sample, As for the time sample, the May month was selected by random sampling, with a total of (2730) posts during this period, it study reached many results, most notably:

1. Political news dominated the list of news contents in foreign Arabic-speaking sites, as reflected by its pages on Facebook by (20.8%).

3. A mixed category dominated the list of interactivity means by (39.4%). Links' came second with 21.9%.

4. The negative values topped the list of the contents values of the foreign Arabic-speaking sites posts, as reflected by their pages on Facebook, 37.7%).

Key words: Arabic-Speaking foreign sites, Facebook pages, Agenda Settings.

مقدمة

يعتبر الإعلام الدولي الأجنبي من أقوى وسائل الإعلام على الساحة الإعلامية، لما يمتلكه من إمكانيات مادية وفنية وكوادر بشرية تؤهله لأن يكون مصدر تدفق المعلومات إلى بقية البلدان، وقد أثبت الإعلام الدولي جدارته على الساحة الإعلامية، لا سيما وقت الحروب والصراعات، إذ يعتبر أداة من أدوات الصراع والحروب، كما أنه يذهب ليكون أداة فعالة للسياسة الخارجية للدولة التابع لها، يعكس أيديولوجيتها ويتبنى أفكارها في البلدان الموجه لها، وقد أثبت الإعلام الدولي جدارته بالتأثير على الجمهور، وقدرته على تشكيل الرأي العام نحو مختلف القضايا، إلى الدرجة التي جعلت الدول العظمى والكبرى قادرة على التدخل في مضامين الرسائل الإعلامية، لتتوافق مع أهدافها ومصالحها في البلدان الموجهة لها.

وقد شهدت السنوات الأخيرة تنافسًا شديدًا بين مختلف دول العالم للاستحواذ على اهتمام المواطن العربي من خلال تأسيس وسائل إعلام ناطقة باللغة العربية موجهة إلى الجمهور العربي امتدت من الصين شرقًا حتى الولايات المتحدة الأمريكية غربًا؛ نظرًا للأهمية السياسية والاقتصادية للمنطقة العربية، حتى أن بلدًا صغيرًا مثل الدنمارك فكر في تأسيس فضائية ناطقة

باللغة العربية. وقد وفرت القنوات الفضائية الدولية الناطقة باللغة العربية والتي تبث إرسالها على مدى 24 ساعة يوميًا العديد من خيارات مشاهدة البرامج للمشاهد العربي، وقد ساهمت هذه الوسائل في كسر احتكار وسائل الإعلام العربية للأخبار المتعلقة بالقضايا العربية، وعززت القنوات الفضائية الدولية تواجدها وتأثيرها في الرأي العام من خلال البرامج الحوارية ومحاكاة ما تبثه القنوات العربية خاصة الإخبارية) سيد، 2013، ص80).

إن التطور التكنولوجي المتسارع الذي يشهده العالم في الوقت الحالي، جعله يفرز العديد من المواقع والتطبيقات والشبكات في مجال المعلومات والاتصالات، ولعل أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي بشتى تطبيقاتها واختلاف مواقعها، والتي باتت تسيطر على الحياة العامة للناس والأفراد، نظراً لما تملكه هذه المواقع من وسائل تفاعلية ذات قدرة على التأثير بالأفراد، ولقد أثبتت قدرتها وقوتها من خلال العديد من الأحداث، أهمها ثورات الربيع العربي التي من خلالها تمكن الشعب من اسقاط حكومات، وتوجيه الناس نحو التغيير.

وبحسب موقع ألكسا، فإن الموقع الاجتماعي (الفيسبوك) يعد من أقوى المواقع الاجتماعية، وأكثرها شهرةً وتأثيراً، نظراً لامتلاكه العديد من الخصائص والمميزات التي جعلت منه موقع تواصل اجتماعي متفرد ومميز يفضله الجمهور دون غيره، إذ تميز موقع الفيسبوك بأنه متعدد الاستخدامات، فإضافة إلى أنه موقع ترفيهي، فإنه يعتبر موقع تعليمي، أو اجتماعي ذو قدرة على التأثير بالسياسة سواء الداخلية أو الخارجية.

ومن هنا جاءت أهمية هذه الدراسة في دراسة أجندة وسائل الإعلام الدولية الموجهة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك، وذلك من خلال معرفة ماهي أولويات الأخبار التي تبثها للجمهور، فاستناداً لنظرية ترتيب الأولويات فإن لوسائل الإعلام القدرة الكبيرة لترتيب اهتمامات الجمهور، حسب ما تثيره من قضايا، والتي تكون من خلال تكرار بثها والتركيز عليها، إذاً فإن القضايا الأكثر تكراراً في وسائل الإعلام هي الأكثر أهمية لديها والتي تصبح بمرور الوقت الأكثر أهمية لدى الجمهور.

مشكلة الدراسة:

تسيطر المواقع الإخبارية الموجهة بالعربية على الساحة الإعلامية في المنطقة العربية، وتلعب دوراً بالغ الأهمية في الترويج لسياسيات البلد التابع لها، وتبذل في سبيل ذلك كل الإمكانيات

المادية والفنية بهدف كسب الرأي العام والتأثير فيه تجاه القضايا الحساسة والساخنة لا سيما القضايا السياسية المصيرية في منطقة الشرق الأوسط بشكل عام، والمنطقة العربية بشكل خاص، لذا فإن وسائل الإعلام الدولي الموجه تسعى لتوجيه اهتمامات الأفراد وتكوين اتجاهاتهم وفق أيديولجية بلادها باعتبارها أحد أهم أدوات السياسة الخارجية.

واستناداً عليه، تجسدت مشكلة الدراسة في معرفة أجندة المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحتها على الفيسبوك، وما أولويات الأخبار التي تشكل حصيدة الأحداث الجارية عبرها، كما تمثلت مشكلة الدراسة بقياس مدى تفاعل الجمهور مع هذه الأخبار التي تنشرها على صفحات الفيسبوك، وكيف نجحت المواقع الإخبارية الناطقة بالعربية بتحديد أولويات الجمهور وفق أولوياتها وأجندتها الخاصة؟

أهمية الدراسة:

أ/-الجانب العلمي للدراسة:

تنبع أهمية الدراسة في هذا الجانب من خلال ندرة وقلة الدراسات السابقة التي تناولت موضوع ترتيب أولويات/ أجندة صفحة فيسبوك تابعة لموقع إخباري أجنبي موجه بالعربية، إذ أن غالبية الدراسات السابقة تناولت موضوع ترتيب الأولويات بالنسبة للجمهور وليس للوسيلة، لذا فإن هذه الدراسة هي الدراسة الأولى – بحدود علم الباحثة – التي تهتم بدراسة أولويات وسيلة إعلامية أجنبية ناطقة بالعربية. وبعد قيام الباحثة بمسح التراث العلمي للدراسات والأدبيات السابقة وجدت أنها الدراسة الوحيدة التي تناولت تحليل مضمون صفحات الفيسبوك التابعة لموقع إخباري، كما تشكل الدراسة إضافة نوعية للمكتبة المحلية الأردنية والعربية من خلال استخدام فئات تحليلية مختلفة وجديدة، وتوظيفها بما يتناسب ويخدم هذه الدراسة.

ب/-الجانب العملي للدراسة:

إذ تنبع أهمية الدراسة بهذا الجانب من خلال دراسة وتحليل مضمون الإعلام الدولي الموجه للمنطقة العربية، والذي يحمل أيديولوجيات وأجندات مختلفة، تعود كل منها حسب سياسية البلد التابع لها نحو المنطقة العربية، لذا جاءت أهمية هذه الدراسة من خلال دراسة أولويات

الأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام الدولي تجاه منطقتنا العربية، ومدى اهتمامها بالأحداث الجارية عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي.

وتتحدد أهمية الدراسة في هذا الجانب أيضاً من خلال دراسة محتوى صفحات الفيسبوك لموقعين إخباريين هامين لهما تأثيرهما على الجمهور، وهما موقع CNN وموقع BBC، اللذان يعتبران من أهم المواقع الإخبارية الناطقة باللغة العربية وأكثرها تأثيراً وانتشاراً ومتابعة.

أهداف الدراسة

1-التعرف على مضمون الأخبار في المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك.

2-معرفة طبيعة الوسائل التفاعلية المستخدمة في عرض منشورات المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك.

3-الوصول إلى مدى تفاعل الجمهور مع منشورات المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك.

4-الكشف عن قيم مضامين منشورات المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك.

5-معرفة الهوية الجغرافية لمنشورات المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك.

الدراسات السابقة

اجتهدت الباحثة بالاطلاع على كافة الدراسات والأدبيات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، ووجدت أن حداثة وآنية البحث تفرض عدم وجود دراسات سابقة ذات صلة بشكل مباشر بالدراسة الحالية، لذا تمكنت الباحثة من إدراج الدراسات القريبة نوعاً ما من الموضوع المتناول:

أ/-الدراسات العربية:

1-دراسة شهاب الدين (2017). بعنوان "دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني": سعت هذه الدراسة إلى الاستقصاء وتحليل دور

التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني. واستخدمت الدراسة أسلوبي تحليل المضمون ومسح الرأي العام ضمن المنهج المسحي، أما عينة الدراسة فوفق أسلوب العينة العشوائية تم اختيار ما مجموعه (425) مفردة للجانب الميداني، أما جانب تحليل المضمون فقد تم اختيار البرامج وفق دراسة استطلاعية وكانت هذه البرامج هي : برنامج قبة البرلمان، برنامج كلمة أخيرة، برنامج أبعاد وآراء، برنامج هذا الأسبوع، **وتوصلت نتائج الدراسة إلى** أن أجندة القضايا السياسية في برامج الحوار عينة الدراسة تتمثل في ست قضايا رئيسية، هي على الترتيب، قضايا العنف السياسي، قضية الاصلاح السياسي، قضية الدعم الحكومي، قضية الحقوق والحريات العام، قضية الإرهاب، قضية أمن البحرين والخليج. كما أوضحت النتائج عن وجود ارتباط دال إحصائياً بين ترتيب الجمهور عينة الدراسة للقضايا السياسية وبين ترتيب هذه القضايا للبرامج الحوارية بالقنوات البحرينية.

2- دارسة بعطوط (2017): بعنوان " دور الفضائيات الإخبارية الخاصة في ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية ". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيفية ترتيب المضامين الإخبارية في القنوات الإخبارية والكشف عن دورها في ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية لدى الرأي العام الجزائري. اعتمدت الدراسة على أسلوب تحليل المضمون ضمن المنهج المسحي، حيث تم تحليل ما مجموعه 6 نشرات اخبارية وفق أسلوب العينة العمدية – القصدية-وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها:

1-تفوقت القضايا الاجتماعية على باقي القضايا المطروحة، فقد نالت ما نسبته (23.7%).

2-تغلب التقرير على بقية الأنماط الصحفية، فقد حاز على نسبة (36%).

3-دراسة الكعبي (2016): بعنوان " دور الفضائيات الموجهة في ترتيب أولويات الرأي العام إزاء قضايا التحول السياسي في المنطقة العربية ". هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين أجندة الفضائيات الموجهة واهتمامات الإعلاميين العراقيين لقضايا التحولات السياسية في المنطقة العربية. واستخدمت الدراسة أسلوب مسح الرأي العام ضمن المنهج المسحي، على عينة قوامها (400) مفردة وفق أسلوب العينة العمدية، **وأسفرت نتائج الدراسة** أن تفضيلات العينة المبحوثة للفضائيات الموجهة كمصدر رئيس

لمعلوماتهم إزاء قضايا التحولات السياسية العربية. **كما أكدت نتائج الدراسة** أن الإعلاميين العراقيين يفضلون القنوات الموجهة الحرة الأمريكية وبي بي سي البريطانية وروسيا اليوم على بقية الفضائيات الأخرى في متابعة قضايا التحولات. **وأشارت نتائج الدراسة** إلى أن العينة المبحوثة أن هناك جملة من الامتيازات التي سجلوها للفضائيات الموجهة في تناول الموضوعات والقضايا، أهمها الحداثة والفورية، ولأنها تحقق السبق الإخباري أكثر من أي وسيلة أخرى فضلاً على أنها تتجنب الانحياز وتقدم وجهات نظر مختلفة

ب/–الدراسات الأجنبية:

1–دراسة Feezell **(2018). بعنوان:** Agenda setting through social media: The importance of incidental news exposure and social filtering in the digital era

1–ترتيب الأولويات عبر وسائل التواصل الاجتماعي: أهمية التعرض للأخبار العرضية والتصفية الاجتماعية في العصر الرقمي.

تبحث هذه الدراسة فيما إذا كان يمكن لوسائل الإعلام الرئيسية التأثير على الأجندة العامة عند توجيهها عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال الاستفادة من تجربة طولية أصلية، وذلك باختبار ما إذا كان التعرض لمعلومات سياسية من خلال Facebook ينتج عنه تأثير في ترتيب الأولويات لهؤلاء الأشخاص، تظهر النتائج أن المشاركين الذين تعرضوا للمعلومات السياسية على Facebook أبدوا اهتماماً متزايداً للقضايا تمت مشاركتها مقارنة بالمشاركين الذين لم يتعرضوا للمعلومات سياسية عبر الفيسبوك. بمعنى الأشخاص الذين يتعرضون للمعلومات السياسية على الفيسبوك يحصل لديهم تأثيرات أكثر من الذين لا يتعرضون.

2– دراسة Mustaffa, Salman and others (2016). بعنوان : Social media and agenda setting: Implications on political agenda

– وسائل الإعلام الاجتماعية وترتيب الأولويات: الآثار المترتبة على الأجندة السياسية

سعت هذه الدراسة لاستكشاف دور وسائل التواصل الاجتماعي كآليات لترتيب الأولويات في السيناريو السياسي لماليزيا. تستخدم الدراسة مصادر البيانات الثانوية للحصول على توصيف دقيق لمشكلة الدراسة. كما بينت الدراسة أنه يتضح من الأدبيات أن وسائل

الإعلام الاجتماعية، وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي (مثل Facebook)، تلعب دوراً هاماً في تشكيل الرأي العام بشأن المسائل السياسية المهمة.

حيث تم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور للتعبير عن قلقهم وتذمرهم بشأن القضايا التي تهمهم والتي قد لا تجرؤ عليها وسائل الإعلام التقليدية في الإبلاغ أو البث. **وأكدت نتائج الدراسة** أنه يجب إعادة تحديد وضع جدول الأعمال حيث يأخذ جدول الأعمال العام مرحلة مركزية من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية الجديدة. وبالتالي، فإنه يشير إلى أنه يمكن تمديد أو إعادة تصميم نموذج تحديد ترتيب الأولويات ليشمل وسائل الإعلام الاجتماعية الجديدة بسبب تأثيرها على ترتيب الأولويات العام. **وبينت نتائج الدراسة** أن هناك تأثيراً على السياسيين في مواكبة التطور في وسائل التواصل الاجتماعي حتى يفهموا القضايا الحالية التي تهم الشعب والمجتمع ككل. كما أشارت الدراسة إلى أنه يجب إعادة تحديد وضع ترتيب الأوليات حيث أن الأولويات العامة تأخذ تمركز هام من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

التعليق على الدراسات السابقة

أ/ –مدى الاستفادة من الدراسات السابقة

- تمكنت الباحثة من تطوير الأداة البحثية من خلال مراجعة الدراسات السابقة.
- استطاعت الباحثة صياغة الأهداف والتساؤلات والفروض.
- ساعدت الدراسات السابقة على بلورة مشكلة الدراسة وصياغتها.
- رفدت الدراسات السابقة الدراسة الحالية بالعديد من المصادر في الجانب النظري.
- حاولت الباحثة بعد الاطلاع على موضوعات الدراسات السابقة منع التكرار في تناول الموضوع.

ب/–أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

– تتشابه الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة من حيث نوع الدراسة، فتتفق معها بأنها تنتمي إلى نوعية الدراسات الوصفية.

– تتفق الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة من حيث المنهج المستخدم، إذ أنها اعتمدت على المنهج المسحي سواء كان مسحي ميداني، أو مسحي تحليلي.

– تختلف الدراسة الحالية مع غالبية الدراسات السابقة باستثناء دراسة (**بعطوط 2017**)، بنوعية أسلوب المسح المستخدم، إذ لجأت الدراسة الحالية إلى استخدام أسلوب تحليل المضمون كأحد أساليب المنهج المسحي، بينما استخدمت معظم الدراسات السابقة أسلوب المسح الميداني ضمن المنهج المسحي.

– تميزت الدراسة باختيار موضوع البحث، بينما اختارت غالبية الدراسات السابقة قياس أولويات وسائل الاعلام المختلفة للموضوعات سياسية، لجأت الدراسة الحالية إلى معرفة أولويات المواقع الاخبارية عبر صفحاتها على الفيسبوك للأخبار بمختلف أنواعها، سواء كانت أخبار سياسية أم اقتصادية، أو أمنية.... الخ، الأمر الذي يفيد في قياس توجه وسائل الإعلام الدولية الموجهة بالعربية نحو نوعية الأخبار المفضلة، وأيها التي وضعتها على قائمة أولوياتها بما ينعكس على أولويات الجمهور.

– اختلفت الدراسة مع دراستي (بعطوط، 2017) و (الكعبي، 2016) من حيث أسلوب العينة، إذ اعتمدت الدراسة على أسلوب العينة العشوائية بينما اعتمدت الدراسات سابقة الذكر على أسلوب العينة العمدية.

– تشابهت الدراسة الحالية مع دراستي (قزاينية،2017) و (شهاب الدين،2017) من حيث اعتماد أسلوب العينة العشوائية في جمع المادة العلمية للدراسة.

– اختلفت الدراسة الحالية عن جميع الدراسات السابقة كونها استخدمت المنهج المقارن، في مقارنة أوجه الشبه والاختلاف بين عينة الدراسة.

ج/ –ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

– تفردت الدراسة الحالية باختيار فئات تحليلية مختلفة لم تتناولها الدراسات السابقة، مثل فئة وسائل التفاعلية المستخدمة، وقيم مضامين الأخبار في صفحات الفيسبوك التابعة للمواقع الإخبارية الموجهة بالعربية.

– برعت الدراسة الحالية بآلية تطبيق نظرية ترتيب الأولويات، وكيفية توظيفها، إذ عمدت الدراسات السابقة إلى قياس الأولويات بالنسبة للجمهور، بينما هذه الدراسة تستقصي أولويات القضايا في نفس الوسيلة الإعلامية.

– تميزت الدراسة الحالية باختيار نوعية الوسيلة الإعلامية وهي المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، والتي لم تتناولها أي من الدراسات السابقة.

– تمكنت الدراسة الحالية من قياس أولويات المواقع الإخبارية الناطقة بالعربية من خلال صفحاتها على الفيسبوك، الأمر الذي لم تعمد لتناوله أي دراسة سابقة محلية أو عربية أو حتى اجنبية وهو ما تفردت به الدراسة الحالية.

– أبرزت الدراسة الحالية قضايا مختلفة ومتنوعة ليتم قياسها عبر صفحات الفيسبوك المخصصة للمواقع الإخبارية الناطقة بالعربية، على خلاف الدراسات الأخرى التي حددت القضايا المتناولة ضمن أطر معينة، كالقضايا السياسية فقط أو القضايا الاجتماعية.

ثانيا–منهجية الدراسة:

1–نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من **الدراسات الوصفية** التي " "تستهدف تقرير حول خصائص ظاهرة معينة أو موقف ما، تغلب عليه صفة التحديد، وعلى ذلك تقوم الدراسة الوصفية بوصف ما هو كائن عن طريق جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة وجدولتها وتبويبها، ثم تفسير تلك البيانات واستخلاص التعميمات والاستنتاجات (اسماعيل، 2011، ص96).

وضمن نوعية الدراسات الوصفية تم الاعتماد على **المنهج المسحي** الذي " يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظاهرات موضوع البحث " (حسين، 1995، ص127).

ومن خلال المنهج المسحي، استخدمت الدراسة **أسلوب تحليل المضمون** والذي يهدف إلى " وصف المحتوى الظاهري وصولاً إلى معرفة المضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في شكل تساؤلات البحث أو فروضه طبقاً لمجموعة من التصنيفات أو المحددات (المشاقبة، 2010، ص63).

كما اعتمدت الدراسة على **المنهج المقارن** الذي يقوم على "الوقوف على أوجه الاختلاف والتشابه بين الظواهر، ويعتبر مطلباً رئيسياً في التحليل العلمي لأي ظاهرة والمقارنة متضمنة بطبيعتها في أية محاولة للتحقق من صحة الفروض وتحقيق هدف العلم في دراسة التباين والاختلاف" (الفاتح، 2017، ص49)، وطبقت الباحثة هذا النوع من المناهج من

أجل مقارنة أوجه الشبه والاختلاف بين أولويات المواقع الإخبارية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك.

2-مجتمع الدراسة وعينته:

يتجسد مجتمع الدراسة بجميع صفحات الفيسبوك التابعة للمواقع الإخبارية الناطقة بالعربية.

أما عينة الدراسة فقد لجأت الباحثة لاستخدام **أسلوب العينة العمدية** (**القصدية**) في اختيار عينة من هذه المواقع؛ وهي : (BBC-Arabic / CNN-Arabic).

ويرجع سبب اختيار الباحثة لهذين الموقعين، لأنهما الأعلى متابعة من قبل الجمهور على صفحة الفيسبوك دون غيرهما، وهو ما يعكس مدى اهتمام المتابعين بهذه الصفحات والتفاعل معها.

وفيما يخص **العينة الزمنية**، فقد اختارت الباحثة شهر أيار من العام (2019) أي ما مدته (31 يوماً) وقد تم اختيار شهر ماي وفق **أسلوب العينة العشوائية** والتي تعتبر " إحدى أنواع العينات الاحتمالية التي تضمن فرصة ظهور متساوية لكل مفردة من مفردات المجتمع ضمن العينة" (زغيب، 2010، ص244). وبذلك فإن مجموع العينة الزمنية (62) يوماً بواقع (31) يوماً من كل موقع.

2-1-وحدة التحليل:

استندت الدراسة على **وحدة الموضوع أو الفكرة** كوحدة رئيسية للتحليل " إذ تعتبر هذه الوحدة من أكثر وحدات التحليل شيوعاً وأهمية، فعن طريق الفكرة أو الموضوع يتم الكشف عن الاتجاهات والآراء الرئيسية في المادة الاتصالية" (اسماعيل، مرجع سابق، ص181).

أداة الدراسة

يعتبر تحليل المضمون هو الأداة المستخدمة لهذه الدراسة، وعبر هذه الأداة، وبعد تحديد وحدة التحليل وفئات التحليل، تمكنت الباحثة من تصميم كشاف تحليل مضمون يعكس فيه الفئات الرئيسية والفرعية، وعُكس هذا الكشاف على شكل استمارة لتسهيل عملية التحليل على الباحثة.

2-2-اختبار الصدق والثبات:

2-2-1-اختبار الصدق

بعد أن أعدت الباحثة كشاف تحليل المضمون والاستمارة، قامت بعرضهما على (3) من أهل الخبرة، وأصاحب الاختصاص في مجال البحوث العلمية، من أجل إبداء الملاحظات التي من شأنها أن تقوم وتحسن من فاعلية أدوات الدراسة، وبعد استلام التعديلات من الأساتذة المحكمين، قامت الباحثة بالتعديلات اللازمة التي تتناسب مع طبيعة وأهداف البحث لتصبح فيما بعد الأداة قابلة للتطبيق والقياس.

2-2-2-اختبار الثبات:

ومن أجل اختبار ثبات الأداة استعانت الباحثة باثنين من زملائها في سلك الدكتوراه، ليتم تدريبهم على تحليل المضمون، لإعادة تحليل محتوى ما نسبته (10%) من مجموع العينة الكُلية للدراسة، وبعد الانتهاء من تحليل المرمزين، توصلت الدراسة إلى ثبات مقداره (88.4) وتنم هذه النتيجة على ثبات ودقة عاليين وأن الأداة صالحة للتطبيق، وقد تم استخراج هذه النسبة وفق معادلة هولستي، وفيما يلي تبيان مفصل للنتيجة :

معامل الثبات CR = 2M/(N1+N2)

CR= 2*80/(90+91)   CR=88.4

2-2-3-الأساليب الإحصائية

عبر برنامج رزمة العلوم الاجتماعية والإحصائية المعروف اختصاراً بSPSS، استطاعت الباحثة استخدام الأساليب الاحصائية التالية:

1- التكرارات والنسب المئوية.

2- اختبار(Chi^2) لإيجاد الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين المتغيرات الاسمية.

ثالثا-تحليل النتائج ومناقشتها

بلغ مجموع المواد الإعلامية التي عرضتها المواقع الأجنبية الناطقة بالعربية عبر صفحاتها في الفيسبوك خلال فترة الدراسة ما مجموعه (2730) مادة إعلامية، منها (1590) مادة إعلامية عرضها موقع BBC-Arabic، و (1140) مادة إعلامية عرضها موقع CNN-Arabic، ويعزى هذا التباين بين الموقعين، إلى أن موقع BBC-Arabic كان أكثر نشاطاً في متابعة الأحداث والمجريات ونشرها خلال فترة الدراسة، وإقحامها لمتابعين شبكات

التواصل الاجتماعي، وكونه يملك أكثر عدد متابعين فمن الأهمية بمكان أن يبقى بنشاط دائم على صفحته على الفيسبوك والتي من خلالها يمكن توظيف وسائل وطرق تفاعل غير موجودة في الموقع الإلكتروني الرئيس.

أولاً- مضمون الأخبار في المواقع الإلكترونية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك.

	الموقع / المضمون الإخباري	BBC-Arabic			CNN-Arabic			المجموع الكلي		
		ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب
1.	الأخبار السياسية	314	19.7	الثانية	254	22.3	الأولى	568	20.8	الأولى
2.	أخبار الحروب والصراعات	387	24.3	الأولى	121	10.6	الخامسة	508	18.6	الثانية
3.	الأخبار الأمنية	202	12.7	الثالثة	176	15.4	الثانية	378	13.8	الثالثة
4.	الأخبار العسكرية	189	11.9	الرابعة	157	13.8	الثالثة	346	12.7	الرابعة
5.	الأخبار الاقتصادية	132	8.3	الخامسة	126	11.1	الرابعة	258	9.5	الخامسة
8.	الأخبار الدينية	97	6.1	السادسة	37	3.2	السابعة	134	4.9	السادسة
11.	أخبار حقوقية	93	5.9	السابعة	37	3.2	الثامنة	130	4.8	السابعة
6.	الأخبار الاجتماعية	53	3.3	الثامنة	76	6.7	السادسة	129	4.7	الثامنة
10.	أخبار منوعات وترفيهة	23	1.5	الثانية عشر	76	6.7	السادسة	99	3.6	التاسعة
9.	الأخبار الرياضية	44	2.8	التاسعة	29	2.5	العاشرة	73	2.7	العاشرة
7.	الأخبار الثقافية	27	1.7	العاشرة	31	2.7	التاسعة	58	2.1	الحادية عشر
12.	أخبار فنية	27	1.7	الحادية عشر	19	1.7	الحادية عشر	46	1.7	الثانية عشر
13.	أخرى تذكر	2	0.1	الثالثة عشر	1	0.1	الثانية عشر	3	0.1	الثالثة عشر
	المجموع العام	**1590**	**100**		**1140**	**100**		**2730**	**100**	
	الدلالة الإحصائية = (0.02) Chi^2= (7.118).									

جدول رقم (1) مضمون الأخبار في المواقع الإخبارية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك

تظهر بيانات الجدول رقم (1) مضامين الأخبار التي عرضتها صفحات الفيسبوك التابعة للمواقع الإخبارية الناطقة بالعربية خلال فترة الدراسة، وتبين النتائج أن بعض هذه المضامين حظيت باهتمام عالٍ، بينما بعضها الآخر لم يحظَ بذات القدر من الاهتمام، وجاء في مقدمة هذه المضامين، الأخبار السياسية التي هيمنت على القائمة بما مجموعه (568) تكراراً وبنسبة (20.8%)، تلتها في المرتبة الثانية أخبار الحروب والصراعات بتكرار بلغ (508) ما ما نسبته (18.6%)، وجاءت الأخبار الأمنية في المرتبة الثالثة بما مجموعه (378) تكراراً ونسبة (13.8%)، أما المرتبة الرابعة فقد شغلتها الأخبار العسكرية بنسبة مئوية وصلت إلى (12.7%)، وفيما يتعلق بالأخبار الاقتصادية فقد احتلت المرتبة الخامسة بنسبة (9.5%)، وتوضح النتائج أن الأخبار الدينية والحقوقية، والاجتماعية وأخبار المنوعات والترفيهية، والثقافية والفنية وفئة أخرى تذكر، شغلت مراتب متأخرة من القائمة لم تتجاوز أي منها ما نسبته (5%).

ويمكن تفسير تصدر الأخبار السياسية وأخبار الصراعات والحروب القائمة، وبنسب أعلى من بقية الفئات، أن طبيعة الأحداث في المنطقة العربية تفرض ذلك، إذ أن المنطقة العربية تعتبر حالياً بؤرة صراعات وتوترات سياسية وأمنية، وموطن للحروب والنزاعات، إذ غلب على الفترة الماضية كثرة الأحداث في المنطقة العربية والتي لازالت تداعياتها مستمرة إلى الوقت الراهن.

وفيما يتعلق بكل موقع على حدة، فتوضح النتائج أن أخبار الصراعات والحروب احتلت المرتبة الأولى على قائمة أولويات مضامين الأخبار في صفحة الفيسبوك التابعة للموقع الإخباري BBC-Arabic بما نسبته (24.3%)، تلته في المرتبة الثانية الأخبار السياسية بنسبة (19.7%)، أما المرتبة الثالثة فقد شغلتها الأخبار الأمنية بنسبة مئوية وصلت إلى (12.7%)، وفيما يتعلق بالأخبار العسكرية فقد احتلت المرتبة الرابعة بما نسبته (11.9%)، وجاءت الأخبار الاقتصادية في المرتبة الخامسة بنسبة (8.3%)، أما الأخبار الدينية فشغلت المرتبة السادسة بنسبة (6.1%)، وفي المرتبة السابعة جاءت الأخبار الحقوقية بما نسبته (5.9%). أما بقية الأخبار فقد احتلت مراتب متأخرة من أولويات موقع BBC-Arabic كما عكستها صفحته على الفيسبوك فلم تتجاوز نسبة أي منها (5%).

وفيما يخص موقع CNN-Arabic كما عكستها صفحته على الفيسبوك، فتشير النتائج إلى أن الأخبار السياسية تصدرت قائمة أولويات مضامين الأخبار بما نسبته (22.3%)، تلته في المرتبة الثانية الأخبار الأمنية بنسبة (15.4%)، أما الأخبار العسكرية فقد شغلت المرتبة الثالثة بنسبة مئوية وصلت إلى (13.8%)، أما المرتبة الرابعة فقد شغلتها الأخبار الاقتصادية بنسبة (11.1%)، أما أخبار الحروب والصراعات فقد جاءت في المرتبة الخامسة بما نسبته (10.6%)، وتساوت الأخبار الاجتماعية والمنوعات في المرتبة السادسة بنسبة (6.7%). أما بقية الأخبار فقد احتلت مراتب متأخرة من أولويات موقع CNN-Arabic كما عكستها صفحته على الفيسبوك فلم تتجاوز نسبة أي منها (5%).

توضح نتائج اختبار (CHI^2) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في **فئة المضمون الإخباري**، إذ أنها دالة عند المستوى (0.02)، وقيمة مربع كاي بلغت (7.118)، وكانت الفروق في الفئات الفرعية التالية:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الفئة الفرعية (**الأخبار السياسية**) لصالح موقع **CNN-Arabic** ، فلما احتلت المرتبة الأولى فيها فقد جاءت في المرتبة الثانية في موقع BBC-Arabic.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الفئة الفرعية (**أخبار الصراعات والحروب**) لصالح **موقع BBC-Arabic**، فلما شغلت المرتبة الأولى فيها فقد جاءت في المرتبة الخامسة في موقع CNN-Arabic.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الفئة الفرعية (**الأخبار الأمنية**) لصالح **موقع CNN-Arabic**، فلما جاءت في المرتبة الثانية فيها فإنها شغلت المرتبة الثالثة في موقع BBC-Arabic.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الفئة الفرعية (**الأخبار العسكرية**) لصالح موقع **CNN-Arabic**، فلما جاءت في المرتبة الثالثة فيها فإنها شغلت المرتبة الرابعة في موقع BBC-Arabic.

ثانياً –وسائل التفاعلية المستخدمة في عرض منشورات المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك.

جدول رقم (2) وسائل التفاعلية المستخدمة في عرض منشورات المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك

تظهر بيانات الجدول رقم (2) أن صفحات الفيسبوك التابعة للمواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية نوعت في استخدام وسائل التفاعلية خلال عرض منشوراتها، إذ تنوعت هذه الوسائل بما يقارب الخمسة أساليب، حظيت بعضها باهتمام كبير، بينما بعضها الآخر لم يحظَ بالقدر الكافي من الاهتمام.

وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن فئة مختلطة سيطرت على قائمة وسائل التفاعلية واحتلت أعلى تكرار بها على مستوى المجموع الكلي، بما مجموعه (1075) وما نسبته (%39.4)، وهو ما يدل أن صفحات الفيسبوك التابعة للمواقع الأجنبية الموجهة بالعربية استخدمت أكثر من وسيلة تفاعل للمنشور الواحد، بقصد جذب ولفت انتباه المتابع، وهو ما يبرر تصدر فئة مختلطة المرتبة الأولى، وجاءت وسيلة روابط (Links) بالمرتبة الثانية بتكرار بلغ

	الموقع / وسائل التفاعلية	BBC-Arabic			CNN-Arabic			المجموع الكلي		
		ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب
1.	هاشتاغ #	153	9.6	السادسة	161	14.1	الثالثة	314	11.5	الثالثة
2.	منشن @	0	0	-	0	0	-	0	0	-
3.	مشاركة	165	10.4	الثالثة	94	8.3	الرابعة	259	9.5	الرابعة
4.	صور	155	9.8	الخامسة	87	7.6	الخامسة	242	8.9	الخامسة
5.	فيديو	158	9.9	الرابعة	83	7.3	السادسة	241	8.8	السادسة
6.	روابط	325	20.4	الثانية	274	24	الثانية	599	21.9	الثانية
7.	مختلطة	634	39.9	الأولى	441	38.7	الأولى	1075	39.4	الأولى
8	لا يوجد	0	0	-	0	0	-	0	0	-
المجموع العام		**1590**	**100**		**1140**	**100**		**2730**	**100**	
الدلالة الإحصائية = (0.01) Chi^2= (11.622)										

(599) ونسبة مئوية وصلت إلى (%21.9) ويعود ذلك إلى اعتماد المواقع المتناولة بالتحليل لوضع روابط لموادها الإعلامية على الموقع الرئيس بهدف تسهيل الوصول إليه، ولربما ببعض الأحيان تضع جزء من الخبر، ويكون الروابط بقصد قراءة بقية الموضوع من على الموقع الرئيس، أما المرتبة الثالثة فقد شغلتها وسيلة هاشتاغ #، بما نسبته (%11.5)، أما

فئة مشاركة فقد احتلت المرتبة الرابعة بنسبة (9.5%)، تلتها في المرتبة الخامسة فئة صور بنسبة مئوية وصلت إلى (8.9%)، وجاءت فئة فيديو في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة (8.8%)، ولم تحظَ فئتي منشن @ ولا يوجد بأي تكرار.

وبالنسبة لكل موقع على حدة، فتوضح بيانات الجدول السابق أن فئة مختلطة احتلت المرتبة الأولى على قائمة أساليب التفاعلية المستخدمة في منشورات صفحة الفيسبوك التابعة لموقع BBC-Arabic بما نسبته (39.9%)، تلتها في المرتبة الثانية فئة روابط (Links) بنسبة (20.4%)، أما فئة مشاركة فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية مقدارها (10.4%)، وفيما يخص فئة فيديو فقد شغلت المرتبة الرابعة بنسبة (9.9%)، واحتلت فئة صور وهاشتاغ المرتبتين الخامسة والسادسة بالترتيب، بنسبة (9.8%) و (9.6%) لكل منهما على التوالي. ولم تحظَ فئتي منشن @ ولا يوجد بأي تكرار.

أما بالنسبة لصفحة الفيسبوك التابعة لموقع CNN-Arabic فتشير النتائج إلى أن فئة مختلطة بقيت مستقرة في المرتبة الأولى بما نسبته (38.7%)، تلتها في المرتبة الثانية وسيلة روابط بنسبة مئوية وصلت إلى (24%)، أما فئة هاشتاغ فقد شغلت المرتبة الثالثة بنسبة (14.1%)، وجاءت وسيلة مشاركة في المرتبة الرابعة بما نسبته (8.3%)، أما فئتي صور وفيديو فقد شغلتا المرتبتين الرابعة والخامسة على التوالي بنسبة (7.6%) و (7.3%) على الترتيب. ولم تحظَ فئتي منشن @ ولا يوجد بأي تكرار.

تؤكد نتائج اختبار (CHI^2) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في **فئة وسائل التفاعلية المستخدمة**، إذ أنها دالة عند المستوى (0.01)، وقيمة مربع كاي بلغت (11.622)، وكانت الفروق في الفئات الفرعية التالية:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الفئة الفرعية (**الهاشتاغ #**) لصالح موقع **CNN–Arabic** ، فلما شغلت المرتبة الثالثة فيها فقد جاءت في المرتبة السادسة في موقع BBC-Arabic.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الفئة الفرعية (**المشاركة**) لصالح موقع **BBC–Arabic** ، فلما شغلت المرتبة الثالثة فيها فقد جاءت في المرتبة الرابعة في موقع CNN-Arabic.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الفئة الفرعية (**الفيديو**) لصالح موقع **BBC–Arabic** فلما احتلت المرتبة الرابعة فيها فقد شغلت في المرتبة السادسة في موقع CNN-Arabic.

ثالثاً–مدى تفاعل الجمهور مع منشورات المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك.

3/1 تفاعل الجمهور مع منشورات المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك من خلال الإعجاب بالمنشور.

جدول رقم (3) تفاعل الجمهور مع منشورات المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك من خلال الإعجاب بالمنشور.

توضح بيانات الجدول رقم (3) أن تفاعل الجمهور مع منشورات المواقع الإخبارية الموجهة على صفحاتها في الفيسبوك من خلال الإعجاب (Like)، تراوح ما بين التفاعل المتوسط، والتفاعل الكبير والتفاعل القليل، ويعود ذلك إلى طبيعة المواد التي تنشرها المواقع، إذ تبين

الموقع / التفاعل من خلال الاعجاب		BBC-Arabic			CNN-Arabic			المجموع الكلي		
		ك	%	درجة التفاعل	ك	%	درجة التفاعل	ك	%	درجة التفاعل
1.	أقل من 200 إعجاب	541	34	تفاعل قليل	380	33.3	تفاعل قليل	921	33.7	تفاعل قليل
2	من200-400 إعجاب	614	38.6	تفاعل متوسط	421	36.9	تفاعل متوسط	1035	37.9	تفاعل متوسط
3.	أكثر من 400 إعجاب	435	27.4	تفاعل كبير	339	29.8	تفاعل كبير	774	28.4	تفاعل كبير
4.	لايوجد إعجاب	0	0	لا يوجد تفاعل	0	0	لا يوجد تفاعل	0	0	لا يوجد تفاعل
المجموع العام		**1590**	**100**		**1140**	**100**		**2730**	**100**	
الدلالة الإحصائية = (**0.131**) $\mathbf{Chi^2}$= (2.312).										

النتائج أن غالبية التفاعل من خلال الإعجاب كان متوسطاً أي بمعدل (200-400) إعجاب للمنشور الواحد بما نسبته (37.9%)، أما في المرتبة الثانية فقد شغلتها فئة تفاعل قليل بنسبة (33.7%) بمعدل (أقل من 200 إعجاب) ، أما في المرتبة الثالثة والأخيرة فقد جاءت فئة تفاعل كبير بنسبة مئوية وصلت إلى (28.4%) بمعدل (أكثر من 400 إعجاب، أما فئة لا يوجد إعجاب فلم تحظَ بأي تكرار.

وتعتبر الباحثة أن هذه النتيجة غير مرضية، فإمتلاك هذه المواقع ملايين المتابعين على صفحاتها في موقع الفيسبوك يجب أن يجعلها تحصد تفاعل كبير، ولعل عدم توظيف وسائل التفاعلية بشكل جيد هو ما أدى إلى عدم الحصول على التفاعل بشكل كبير، إضافةً إلى أن الباحثة لاحظت خلال عملية التحليل أن صفحات الفيسبوك التابعة للمواقع الإخبارية الأجنبية غالباً ما تكتفي بوضع عنوان للخبر ورابط له على الموقع الرئيس مما يؤدي إلى عدم التفاعل مع الخبر المنشور.

وفيما يخص كل موقع على حدة، فتوضح بيانات الجدول السابق، أن فئة تفاعل متوسط احتلت المرتبة الأولى على القائمة في صفحة الفيسبوك التابعة لموقع BBC-Arabicبما نسبته (37.9%)، تلته في المرتبة الثانية فئة تفاعل قليل بنسبة (33.7%)، أما المرتبة الأخيرة فقد احتلتها فئة تفاعل كبير بنسبة مئوية وصلت إلى (28.4%).

وفيما يتعلق بصفحة الفيسبوك التابعة لموقع CNN-Arabic، فيلاحظ أن فئة تفاعل متوسط بقيت مستقرة في المرتبة الأولى بنسبة (36.9%)، وجاءت فئة تفاعل قليل بالمرتبة الثانية بما نسبته (33.3%)،، أما المرتبة الأخيرة فقد احتلتها فئة تفاعل كبير بنسبة مئوية وصلت إلى (29.8%).

تظهر نتائج اختبار (CHI^2) أنه لايوجد فروق ذات دلالة إحصائية في **فئة التفاعل من خلال الإعجاب**، إذ بلغت مستوى الدلالة لها (**0.131**) وهي أكبر من المستوى (**0.05**).

3/2 تفاعل الجمهور مع منشورات المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك من خلال التعليقات.

جدول رقم (4) تفاعل الجمهور مع منشورات المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك من خلال التعليقات.

	الموقع / التفاعل من خلال التعليق	BBC-Arabic			CNN-Arabic			المجموع الكلي		
		ك	%	درجة التفاعل	ك	%	درجة التفاعل	ك	%	درجة التفاعل
.1	أقل من 30 تعليق	684	43	تفاعل قليل	527	46.2	تفاعل قليل	1211	44.4	تفاعل قليل
.2	من 30-50 تعليق	730	45.9	تفاعل متوسط	398	34.9	تفاعل متوسط	1128	41.3	تفاعل متوسط
.3	أكثر من 50 تعليق	176	11.1	تفاعل كبير	215	18.9	تفاعل كبير	391	14.3	تفاعل كبير
.4	لايوجد تعليق	0	0	لا يوجد تفاعل	0	0	لا يوجد تفاعل	0	0	لا يوجد تفاعل
	المجموع العام	**1590**	**100**		**1140**	**100**		**2730**	**100**	
	الدلالة الإحصائية = (0.000) Chi^2= (65.341)									

تبين بيانات الجدول رقم (4) أن تفاعل الجمهور مع منشورات المواقع الإخبارية الموجهة على صفحاتها في الفيسبوك من خلال التعليق (Comment)، تراوح ما بين التفاعل المتوسط، والتفاعل الكبير والتفاعل القليل، وتوضح النتائج أن غالبية التفاعل من خلال التعليق كان قليلاً أي (أقل من 30 تعليق) على المنشور الواحد بما نسبته (44.4%)، أما المرتبة الثانية فقد شغلتها فئة تفاعل متوسط بنسبة (41.3%) بمعدل (من 30-50 تعليق) ، أما في المرتبة الثالثة والأخيرة فقد جاءت فئة تفاعل كبير بنسبة مئوية وصلت إلى (14.3%) بمعدل (أكثر من 50 تعليق)، أما فئة لا يوجد تعليق فلم تحظَ بأي تكرار.

وتعد هذه النتيجة غير مرضية، نظراً لأن صفحات الفيسبوك المتناولة بالتحليل والتابعة لمواقع إخبارية أجنبية دولية موجهة لديها مايفوق ال10 ملايين متابع، والتفاعل يجب أن يكون كبير، ومن الممكن أن طرق توظيف وسائل التفاعلية على موقع الفيسبوك غير مجدية بالنسبة للمتابعين، كما أن هذه المواقع تقوم بوضع عنوان للخبر ورابط له على الموقع الرئيس مما يؤدي إلى عدم التفاعل مع الخبر المنشور.

وفيما يخص كل موقع على حدة، فتوضح بيانات الجدول السابق، أن فئة تفاعل متوسط احتلت المرتبة الأولى على القائمة في صفحة الفيسبوك التابعة لموقع BBC-Arabicبما نسبته (37.9%)، تلته في المرتبة الثانية فئة تفاعل قليل بنسبة (33.7%)، أما المرتبة الأخيرة فقد احتلتها فئة تفاعل كبير بنسبة مئوية وصلت إلى (28.4%).

وفيما يتعلق بصفحة الفيسبوك التابعة لموقع CNN-Arabic، فيلاحظ أن فئة تفاعل متوسط بقيت مستقرة في المرتبة الأولى بنسبة (36.9%)، وجاءت فئة تفاعل قليل بالمرتبة الثانية بما نسبته (33.3%)،، أما المرتبة الأخيرة فقد احتلتها فئة تفاعل كبير بنسبة مئوية وصلت إلى (29.8%).

تبين نتائج اختبار (CHI^2) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في **فئة التفاعل من خلال التعليق**، إذ أنها دالة عند المستوى (0.000)، وقيمة مربع كاي بلغت (65.341)، وكانت الفروق في الفئة الفرعية (**تفاعل قليل**) لصالح موقع **CNN-Arabic** ، فلما شغلت المرتبة الأولى فيها فقد جاءت في المرتبة الثانية في موقع BBC-Arabic.

رابعاً- قيم مضامين منشورات المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك.

جدول رقم (5) – قيم مضامين المنشورات في المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك.

	الموقع / القيم	BBC-Arabic			CNN-Arabic			المجموع الكلي		
		ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب
1.	قيم إيجابية	515	32.4	الثانية	301	26.4	الثالثة	816	29.9	الثانية
2.	قيم محايدة	274	17.2	الثالثة	329	28.9	الثانية	603	22.1	الثالثة
3.	قيم سلبية	632	39.8	الأولى	397	34.8	الأولى	1029	37.7	الأولى
4.	بدون قيمة	169	10.6	الرابعة	113	9.9	الرابعة	282	10.3	الرابعة
	المجموع العام	**1590**	**100**		**1140**	**100**		**2730**	**100**	
	الدلالة الإحصائية = (**0.03**) **Chi^2**= (21.653) .									

أكدت نتائج الجدول رقم (5) أن قيم مضامين المنشورات في المواقع الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك كانت متنوعة ومختلفة وبنسب متفاوتة، إذ توضح النتائج أن القيم السلبية تصدرت قائمة قيم المضامين على مستوى المجموع الكلي

لكلا الموقعين، بما مجموعه (1029) تكراراً وبما نسبته (37.7%)، تلتها في المرتبة الثانية القيم الإيجابية بتكرار بلغ (816) وبنسبة وصلت إلى (29.9%)، وجاءت القيم المحايدة بالمرتبة الثالثة بما مجموعه (603) تكراراً وما نسبته (22.%)، أما فئة بدون قيمة فقد شغلت المرتبة الرابعة والأخيرة بما بتكرار مجموعه (282) ونسبة (10.3%).

وترى الباحثة أن النتيجة السابقة تعد منطقية، نتيجة لتصدر الأخبار السياسية والصراعات والحروب والأخبار الأمنية والعسكرية لقائمة أولويات الأخبار في صفحات الفيسبوك التابعة للمواقع الإخبارية الناطقة بالعربية، إذ أن طبيعة ومضمون هذه الأخبار تتناول النزاعات والقتال والخلافات، الأمر الذي يجعل من الطبيعي أن تكون قيمة هذه الأخبار سلبية.

وفيما يخص كل موقع على حدة، تشير بيانات الجدول السابق إلى أن القيمة السلبية برزت في المرتبة الأولى على قائمة القيم في موقع BBC-Arabic كما عكستها صفحته على الفيسبوك بنسبة (39.8%)، تبعتها في المرتبة الثانية القيم الإيجابية بما نسبته (32.4%)، وشغلت القيم المحايدة المرتبة الثالثة من القائمة بنسبة (17.2%)، أم فئة بدون قيم فقد جاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة (10.6%).

وبالنسبة لموقع CNN-Arabic فتشابه مع موقع BBC-Arabic بتصدر القيم السلبية المرتبة الأولى بنسبة (34.8%)، وعلى خلافه فقد تصدرت القيم المحايدة المرتبة الثانية بما نسبته (28.9%)، أما القيم الإيجابية فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة وصلت إلى (26.4%)، أما

فئة بدون قيم فبقيت مستقرة في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة (9.9%).

تؤكد نتائج اختبار (CHI^2) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في **فئة القيم**، إذ أنها دالة عند المستوى (0.03)، وقيمة مربع كاي بلغت (21.653)، وكانت الفروق في الفئات الفرعية التالية:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الفئة الفرعية (**القيم الإيجابية**) لصالح موقع **BBC–Arabic**، فلما شغلت المرتبة الثانية فيها فقد جاءت في المرتبة الثالثة في موقع CNN-Arabic.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الفئة الفرعية (**القيم المحايدة**) لصالح موقع **CNN–Arabic**، فلما شغلت المرتبة الثانية فيها فقد جاءت في المرتبة الثالثة في موقع Arabic–BBC.

خامساً–الهوية الجغرافية لمنشورات المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك.

جدول رقم (6) –الهوية الجغرافية لمنشورات المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك

	الموقع / الهوية الجغرافية	BBC-Arabic			CNN-Arabic			المجموع الكلي		
		ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب
1.	مناطق عربية	490	30.8	الثالثة	370	32.5	الثالثة	860	31.5	الثالثة
2.	مناطق إقليمية (عدا العربية)	532	33.5	الثانية	397	34.8	الأولى	929	34	الثانية
3.	مناطق دولية	568	35.7	الأولى	373	32.7	الثانية	941	34.5	الأولى
	المجموع العام	**1590**	**100**		**1140**	**100**		**2730**	**100**	
	الدلالة الإحصائية = (**0.003**) **Chi^2=** (8.613)									

تبين بيانات الجدول رقم (6) أن هناك تنوع في طبيعة الهوية الجغرافية لمضمون الأخبار المنشورة عبر صفحات الفيسبوك التابعة للمواقع الإخبارية الناطقة بالعربية، إذ تباينت مواقع الأخبار الجغرافية ما بين مناطق عربية ومناطق إقليمية وأخرى دولية، واختلفت في النسب التي حازت عليها كل منها.

إذ توضح بيانات الجدول السابق أن الهوية الجغرافية الدولية سيطرت على القائمة واحتلت المرتبة الأولى فيها على مستوى المجموع الكلي، إذ بلغت ما مجموعه (941) تكراراً وما نسبته (34.5%)، تلتها في المرتبة الثانية الهوية الجغرافية الإقليمية بتكرار بلغ (929) وما نسبته (34%)، أما الهوية الجغرافية العربية فقد جاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة بما مجموعه (860) ونسبة (31.5%).

وتشكل هذه النتيجة مفارقة عجيبة، إذ أن هذه المواقع الإخبارية موجهة إلى المنطقة العربية، وتعنى بأخبارها وأحداثها، إلا أنها لم تستطع إلا التركيز على الأخبار الدولية بصورة أكبر من الأخبار العربية، وهو ما يثير التساؤل حول الأسباب التي تجعل مواقع إخبارية معنية بالمنطقة العربية تركز أحداثها على الأحداث الدولية على الرغم من أن المنطقة العربية غنية بالأحداث السياسية والأمنية والعسكرية بشكل أكبر، خاصة مع وجود عدد المناطق التي تعاني من الصراعات والحروب والتي تعتبر مادة إعلامية لهذه الوسائل.

وفيما يخص كل موقع على حدة، فتشير النتائج إلى أن المناطق الدولية تفوقت على بقيت المناطق في موقع BBC-Arabic كما عكستها صفحته على الفيسبوك بنسبة (37.5%) تلتها في المرتبة الثانية المناطق الإقليمية بما نسبته (33.5%)، أما المرتبة الأخيرة فقد شغلتها المناطق العربية بنسبة (30.8%).

أما بالنسبة للموقع الإخباري CNN-Arabic فتوضح النتائج أنه اختلف مع موقع -BBC Arabic، فقد احتلت المناطق الإقليمية المرتبة الأولى فيه بما نسبته (34.8%)، تلته في المرتبة الثانية المناطق الدولية بنسبة (32.7%)، أما المناطق العربية فقد بقيت مستقرة في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (32.5%).

تبين نتائج اختبار (CHI^2) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في **فئة الهوية الجغرافية**، إذ أنها دالة عند المستوى (0.003)، وقيمة مربع كاي بلغت (8.613)، وكانت الفروق في الفئات الفرعية التالية:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الفئة الفرعية (**مناطق إقليمية**) لصالح موقع **CNN–Arabic**، فلما شغلت المرتبة الأولى فيها فقد جاءت في المرتبة الثانية في موقع Arabic–BBC.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الفئة الفرعية (**مناطق دولية**) لصالح موقع **BBC–Arabic**، فلما شغلت المرتبة الأولى فيها فقد جاءت في المرتبة الثانية في موقع Arabic–CNN.

نتائج الدراسة:

1. هيمنت **الأخبار السياسية** على قائمة أولويات مضامين الأخبار في المواقع الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك بنسبة (20.8%)، تلتها في المرتبة الثانية **أخبار الحروب والصراعات** بما نسبته (18.6%).
2. سيطرت **فئة مختلطة** على قائمة وسائل التفاعلية بما نسبته (39.4%) أما وسيلة **روابط** (**Links**) جاءت بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية وصلت إلى (21.9%)
3. تبين النتائج أن تفاعل الجمهور مع صفحات الفيسبوك التابعة للمواقع الأجنبية الناطقة بالعربية **من خلال الإعجاب** كان **متوسطاً**.
4. وتوضح النتائج أن تفاعل الجمهور مع صفحات الفيسبوك التابعة للمواقع الأجنبية الناطقة بالعربية **من خلال** التعليقات كان **قليلاً**.
5. تصدرت **القيم السلبية** قائمة قيم مضامين المنشورات في المواقع الأجنبية الناطقة بالعربية كما تعكسها صفحاتها على الفيسبوك بنسبة مئوية وصلت إلى (37.7%).
6. ركزت صفحات الفيسبوك التابعة للمواقع الأجنبية الناطقة بالعربية على الهوية الجغرافية الدولية وكانت أهم أولوياتها بما نسبته (34.5%).

التوصيات

استناداً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، توصي الباحثة بضرورة ما يلي:

1-الاستمرار بوضع الأخبار السياسية والأمنية والعسكرية على جدول أولويات وسائل الإعلام الدولية الموجهة، إذ أنها تعتبر عصب الحياة الحالية، لما يشهده الوقت الحاضر من نزاعات وصراعات وحروب سواء على مستوى الداخل العربي، أم على المستوى الإقليمي، الأمر الذي يكسب هذه النوعية من الأخبار أهميتها الخاصة لدى الجمهور ويجعلها أكثر متابعة.

2-التركيز على الأنماط الإعلامية ذات التأثير القوي بالجمهور، مثل التقرير الذي من شأنه إمداد المتابع بتفاصيل الأحداث والوقائع، وتقديم شرحاً وافياً لما يحدث، ومن الأهمية بمكان توظيف المقال لما له دور كبير في عكس شخصية الوسيلة الإعلامية.

3-توظيف وسائل التفاعلية بشكل جيد على وسائل التواصل الاجتماعي، لما تسهمه هذه الوسائل من زيادة المتابعة، وحصد أكبر نسبة تفاعل من قبل الجمهور.

4-تفعيل القيم الإيجابية في المنشورات التي تنشرها وسائل الإعلام الدولي على صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أن المتابع أصبح يعاني الفتور والتبلد كثرة ما يشاهد من أخبار سلبية.

5-التركيز بشكل أكبر على الهوية الجغرافية العربية للأخبار المنشورة، إذ أنها تعد الأهم لما تمتلكه المناطق العربية من مواد إعلامية غنية ومثيرة وذلك لأنها تعتبر في الوقت الحالي موطن للصراع والتوتر الأمني والسياسي.

المصادر والمراجع:

أولاً–المراجع العربية:

1. اسماعيل، محمود (2011). *مناهج البحث الإعلامي*. القاهرة: دار الفكر العربي.
2. بسيوني، حمادة (2008). *دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام*. القاهرة: كلية الإعلام.
3. بعطوط، أحلام (2017). *دور الفضائيات الإخبارية الخاصة في ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية*. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي.
4. حسين، سمير (1995). *بحوث الإعلام*. القاهرة: عالم الكتب.
5. زغيب، شيماء (2009). *مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
6. سيد، إيمان (2013). *دور القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في ترتيب أجندة النخبة نحو القضايا العربية*. رسالة دكتوراه. غير منشورة. كلية التربية. جامعة عين شمس.
7. شهاب الدين، محمد (2017). *دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني*. معهد البحرين للتنمية السياسية.
8. عبد الحميد، محمد (2010). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.
9. الفاتح، محمد (2010). *تحليل المحتوى في بحوث الإعلام*. القاهرة: عالم الكتب.
10. قزاينية، سماح (2017). *ترتيب أولويات الاخبار في نشرات قناة الشروق الإخبارية. رسالة ماجستير غير منشورة*. كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي.
11. الكعبي، رائد (2016). *دور الفضائيات الموجهة في ترتيب أولويات الرأي العام إزاء قضايا التحول السياسي في المنطقة العربية*. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة بغداد.
12. مشاقبة، بسام (2010). *مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب*. عمان: دار أسامة.
13. مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلى (2001). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية

ثانياً–المراجع الأجنبية

14.Feezell, J. T. (2018). Agenda setting through social media: The importance of incidental news exposure and social filtering in the digital era. *Political Research Quarterly*, *71*(2), 482-494.

15.Salman, A., Mustaffa, N., Salleh, M. A. M., & Ali, M. N. S. (2016). Social media and agenda setting: Implications on political agenda. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, *32*(1).

الرأي العام في الجزائر بين الصحافة الالكترونية وصحافة المواطن

–دراسة تحليلية من خلال قضية إضراب الأطباء المقيمين–

Public opinion in Algeria between electronic and citizen journalism

Analytical study through the issue of the strike of resident doctors

د/ نفيسة نايلي*

أ/–سلمى مساعدي *

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن خصوصية طرح وسائط الإعلام الالكتروني للقضايا الاجتماعية المتصلة بالشأن العام في الجزائر، من خلال دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة الالكترونية كإعلام رسمي وصحافة المواطن كإعلام بديل، وذلك باتخاذ قضية إضراب الأطباء المقيمين بالجزائر أنموذجا عن القضايا الاجتماعية المطروحة، وبالاعتماد على أداة تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج كان أبرزها ما يلي:

–أثبتت صحافة المواطن مقدرتها على طرح القضايا الاجتماعية والتعبير عن الآراء والتوجهات من خلال ما تكفله وسائطها من ميزات أهمها الانفلات من الرقابة الإعلامية الرسمية، الأمر الذي يبقى محدودا ومحتشما في الصحف الالكترونية التي تحاول مجاراتها، من خلال خلق مساحة تحتضن الخطاب الهجين للصحفي والجمهور في آن واحد.

الكلمات المفتاحية: الرأي العام /القضايا الاجتماعية/ الصحافة الالكترونية/ صحافة المواطن/ قضية إضراب الأطباء

Abstract

This study aims at revealing the specificity of electronic media coverage of social issues related to public affairs in Algeria, an analytical and comparative study between electronic media which stands for an official medium and the citizen's journalism that represents the alternative media, along with the Algerian resident doctors strike as a social issue, using the content analysis as the main tool for collecting data, and the study results are the following:

* - أستاذة محاضرة بجامعة العربي بن المهيدي–أم البواقي – الجزائر/nailinaf10@gmail.com

* - باحثة دكتوراه بجامعة العربي بن المهيدي–أم البواقي–الجزائر/ Selmabia01@gmil.com

Citizen journalism has proven to be able to tackle social issues and to express opinions and attitudes thanks to its multimedia features, its most important one is being able to avoid official media control, which is still limited and fragmented when it comes to electronic newspapers which attempt to measure up with them by creating a space for journalists and citizens hybrid discourse all together.

Key words: Public opinion**,** Social Issues, electronic press, citizen journalism, social issues- the resident doctors strike**.**

مقدمة

في ظل توجه عام نحو الاستقلالية والاعتماد أكثر فأكثر على التكنولوجيا عرفت العملية الاتصالية والإعلامية تغيرا جذريا في ملامحها، أين تم تجاوز ثنائيات الزمن والمكان ، المرسل والمتلقي ، يحدث هذا في وقت تواجه فيه المجتمعات تناميا مضطردا لمختلف القضايا الشائكة، والتي لم يعد الإعلام التقليدي الأقدر على تغطيتها ومتابعتها، ما مهد الطريق لظهور "صحافة المواطن"، كبديل إعلامي تجاوز التقليدي وشكك في تناوله للأحداث، صحافة بديلة للصحافة المؤسساتية صحافة من إلى المواطن، تتقلص فيها سلطة حارس البوابة لصالح سلطة المواطن العادي الذي تحول من مجرد متلقي إلى فاعل ومساهم في صناعة وإنتاج المضامين الإعلامية ومشاركتها والتفاعل معها من جهة، وتشكيل رأي عام الكتروني وتعبئته من جهة أخرى، وفق ما تتيحه تلك الوسائط من ميزات، تتعدى بذلك سلطة حارس البوابة الذي تضبطه سياساته التحريرية وتقيده.

و الجزائر كغيرها من الدول ليست بمنأى عن هذه التحولات على المستوى العملية الإعلامية، في بلد لا يزال يناقش موضوع التعددية الإعلامية وحرية التعبير، هذا وغيره أتاح الفرصة لازدهار صحافة المواطن كإعلام بديل عن الإعلام التقليدي، صحافة تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي و في مقدمتها الفيس بوك و اليوتيوب كأرضيات رقمية يستخدمها المواطنون العاديون – ممن يتقنون أبجديات استخدام تلك الشبكات – من أجل بلورة مختلف القضايا وطرحها على الرأي العام والتعريف بها، بغية التأثير عليه وكسب تضامنه وتأييده، مستفيدة بذلك من خصائصها كالانتشار الواسع في المجتمع والوصول لأكبر عدد ممكن من الجماهير، وإمكانية التفاعل مع المتابعين والتحديث المستمر للأخبار.

حيث تحولت تلك الشبكات الاجتماعية في الجزائر " الفيس بوك واليوتيوب « وفي أكثر من مرة إلى منابر ومساحات حرة، يطرح من خلالها المستخدمون الجزائريون قضايا سياسية، اجتماعية، اقتصادية تمس الشأن العام، في محاولة لإيجاد فضاءات تعبيرية موازية وبديلة عن الفضاءات الرقابية التي تتيحها المؤسسات الإعلامية الرسمية.

ولعل قضية إضراب الأطباء المقيمين في الجزائر التي انطلقت في شكل إضراب عن العمل مع بداية شهر جانفي 2018، إحدى أبرز هذه القضايا التي اعتمدت على صحافة المواطن للتعريف بقضية الأطباء ومطالبهم، ناهيك عن اعتماد المواقع الإلكترونية لنشر إنتاج إعلامي مستقل، ليصبح الطبيب بذلك وباعتماده على التكنولوجيا وحضور محيط تفاعلي تضمنه هذه الأخيرة، مصدرا للمعلومة وجمهور متابع لها في نفس الوقت، وصحفي يخلق الخبر، يوثقه وينشره.

وفي المقابل مكن حضور القضية على شبكات التواصل الاجتماعي من استقطاب اهتمام الصحف الالكترونية الجزائرية حيث احتلت مساحة ضمن أجندتها، طرحت من خلالها القضية، كإحدى أهم القضايا التي شغلت الساحة الجزائرية لشهور عدة.

وتبعا لذلك جاءت هذه الدراسة محاولة الكشف عن الكيفية التي تم من خلالها طرح قضية إضراب الأطباء المقيمين في كل من الصحف الالكترونية الجزائرية وشبكات التواصل الاجتماعي التي يمكن أن نطلق عليها صحافة المواطن، في شكل مقارنة تسعى إلى الوقوف على خصوصية كل وسيط من وسائط الإعلام الرقمي في التعامل مع القضية، وكذا كيفية تشكيل رأي عام الكتروني إزائها.

ما يقودنا إلى طرح التساؤل الرئيسي الآتي:

كيف طرحت قضية إضراب الأطباء المقيمين في الجزائر في كل من الصحف الالكترونية وصحافة المواطن؟ وكيف شكلت رأيا عاما إزاء القضية؟

وللإجابة عن هذا التساؤل المحوري، وضعت الباحثة عددا من التساؤلات الفرعية التي يمكن عرضها كالآتي:

1- ما هي مختلف أساليب التحرير الالكتروني المعتمدة في الصحف الالكترونية لطرح قضية إضراب الأطباء المقيمين؟

2- ما هي مختلف أساليب التحرير الالكتروني المعتمدة في صحافة المواطن لطرح قضية إضراب الأطباء المقيمين؟

3- ما هي أشكال تفاعل الرأي العام مع قضية إضراب الأطباء المقيمين في الصحف الالكترونية؟

4- ما هي أشكال تفاعل الرأي العام مع قضية إضراب الأطباء المقيمين في صحافة المواطن؟

5- ما هي الأساليب المستخدمة في نقاشات الرأي العام حول قضية إضراب الأطباء المقيمين في الصحف الالكترونية؟

6- ما هي الأساليب المستخدمة في نقاشات الرأي العام حول قضية إضراب الأطباء المقيمين في صحافة المواطن؟

7- ما هو اتجاه الرأي العام الالكتروني نحو قضية إضراب الأطباء المقيمين في كل من الصحف الالكترونية صحافة المواطن؟

أهداف الدراسة:

تتوخى هذه الدراسة بشكل عام وضع الصحف الالكترونية الجزائرية في مقابل صفحات الفيس بوك وقنوات اليوتيوب -كنموذج عن شكل مستحدث من الصحافة يصنعه المواطنين-موضع المسائلة المعرفية، ما يدعوا الباحثة إلى تحديد جملة من الأهداف الجزئية لهذه الدراسة والتي يمكن إيجازها فيما يلي:

-إبراز خصوصية أساليب التحرير الالكتروني المعتمدة في كل من الصحف الالكترونية وصحافة المواطن لطرح قضية إضراب الأطباء المقيمين.

-تحديد أشكال تفاعل الرأي العام مع قضية إضراب الأطباء المقيمين في كل من الصحف الالكترونية وصحافة المواطن.

-استقراء الأساليب المستخدمة في نقاشات الرأي العام حول قضية إضراب الأطباء المقيمين في كل من الصحف الالكترونية وصحافة المواطن.

-الكشف عن اتجاه الرأي العام الالكتروني نحو قضية إضراب الأطباء المقيمين في كل من الصحف الالكترونية وصحافة المواطن.

1-مفاهيم الدراسة

1-1 مفهوم الرأي العام الالكتروني:

إذا كان الرأي العام هو ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير يمكنها التعبير عن نفسها في ضوء معطيات معينة ، فبالقياس يمكن تعريف **الرأي العام الإلكتروني** " بأنه ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير في هذا الفضاء الواسع على شبكة الإنترنت والتأثير على أكبر شريحة يمكن الوصول لها.[1]"

والرأي العام الإلكتروني في هذا العالم المتخيل هو كل (فكرة – اقتراح – رأي — مشاركة) أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكتة ،تعبر عن توجه معين أو تدافع عن أيدلوجية بعينها، أو تنبع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية، لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال شبكة الانترنت، لتأخذ دورها في المشاهدة والاطلاع من قِبَل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، والاطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها

الآخرون ليتكون ما نعرفه **بالرأي الإلكتروني**"، وفي هذه الحالة فالرأي الإلكتروني يعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش. [2]"

1-2 مفهوم الصحافة الالكترونية:

الصحافة الالكترونية هي الشكل الجديد الذي انبثق من اعتماد الصحافة التقليدية على الانترنيت وخصائصها، والتي سمحت للمستخدمين بالانخراط في الفعل الصحفي سواء من خلال التفاعل مع الصحفيين وتبادل الراء معهم، وتقديم وجهات نظرهم حول المواضيع، أو من خلال نشر الأخبار مباشرة في المدونات الشخصية.[3]

أو هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة الانترنت، بشكل دوري وباستخدام تقنيات عرض النصوص الرسوم والصور المتحركة، وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشات الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع أو كانت صحيفة الكترونية خالصة.[4]

في حين يتجه البعض لتعريف الصحافة الالكترونية من خلال الصحفي ذاته، معتبرين إياها الصحافة التي يتولاها صحفيون مسئولون مباشرة عن المحتوى الالكتروني والذي غالبا ما يكون امتدادا لصحيفة ورقية أو قناة إخبارية أو موقع الكتروني مستقل.[5]

1-3 مفهوم صحافة المواطن

إن مصطلح صحافة المواطن هو مصطلح مستحدث أثير حوله الكثير من الجدل ليس فقط من ناحية التحديد المفاهيمي له، إنما أيضا في دوره وما ينتج عنه من إعادة إنتاج الأدوار في العملية الإعلامية نفسها.[6]

أما في مفهومها المبسط فإن هذه الصحافة تحيل إلى الإمكانية المتاحة أمام كل فرد ليكون مرسلا صحفيا، من خلال ما يجمعه من أخبار وما يلتقطه من صور وتسجيلات صوتية، باستخدام التكنولوجيات الحديثة، وهو بهذا المعنى " يشير ببساطة إلى ممارسة مواطنية جماعية وتشاركية للعمل الإعلامي لا تقصي أحدا.[7]

1-4 مفهوم موقع الفيس بوك

"موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة. " [8]

وجاء في تعريف آخر بأن موقع الفيس بوك " هو موقع على شبكة الانترنت لتكوين الأصدقاء الجدد حول العالم، والانضمام إلى مجموعات مختلفة، كما يمكن للمشتركين في الموقع الاشتراك في شبكات مثل المدارس، أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية وغيرها، والتي تسمح للمستخدمين بالاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة. "[9]

5-1 مفهوم موقع اليوتيوب

تأسس موقع اليوتيوب في الرابع عشر من فبراير من عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين يعملون في شركة pay pal المتخصصة في التجارة الالكترونية[10] ، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون تكلفة مالية ،فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم ، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات ، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات للتعبير عن أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع.[11]

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

من خلال عرض المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة يمكن للباحث تحديد **المفاهيم الإجرائية** كالآتي:

المفهوم الإجرائي للرأي العام الالكتروني: ونعني به في هذه الدراسة ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير الجزائرية والذي تشكل حول قضية إضراب الأطباء الجزائريين، من خلال استخدام الصحف الالكترونية وصحافة المواطن.

المفهوم الإجرائي للصحف الالكترونية: ونعني بها في هذه الدراسة " المواقع الكترونية التي تتضمن محتوى رقمي يعتمد على دمج الوسائط المتعددة بالإضافة إلى الروابط الفائقة، والذي تقوم مؤسسات إعلامية بإنشائها كامتداد لها، مثل مؤسستي الشروق والنهار الإعلاميتين.

المفهوم الإجرائي لصحافة المواطن: ونعني بها في هذه الدراسة "الإمكانية المتاحة أمام كل فرد ليكون مرسلا صحفيا من خلال ما يجمعه من أخبار وما يلتقطه من صور وتسجيلات صوتية حول قضية إضراب الأطباء المقيمين الجزائريين، ليقوم بمشاركتها والتفاعل معها بعد ذلك، من خلال إنشاء صفحات على موقع الفيس بوك أو قنوات على موقع اليوتيوب.

المفهوم الإجرائي لصفحات الفيس بوك: ونعني بها في هذه الدراسة تلك الصفحات على موقع الفيس بوك التي تم إنشائها من طرف الأطباء المقيمين بهدف الدفاع عن قطاع الصحة في الجزائر، وكذا الدفاع عن حقوق الأطباء الجزائريين، والتي تتضمن مضامين مختلفة فيديوهات، صور، أخبار وغيرها.

المفهوم الإجرائي لقنوات اليوتيوب: ونعني بها في هذه الدراسة تلك القنوات على موقع اليوتيوب التي يتم إنشائها من طرف الأطباء المقيمين من أجل الدفاع عن حقوقهم والتعريف بقضيتهم وتتبع مسار تحولاتها، من خلال إنتاج مقاطع فيديو وصور وتنزيلها عبر القناة على اليوتيوب.

2–التعريف بالقضية محل الدراسة:

تعد قضية إضراب الأطباء المقيمين في الجزائر أحد القضايا الاجتماعية السياسية التي شغلت الرأي العام، إذ تعود أحداث القضية إلى فترات زمنية بعيدة وتحديدا سنة 2011 أين قام الأطباء المقيمون بإضراب لمدة خمسة أشهر انتهى بتحقيق بعض المطالب وجدولة بعضها الآخر، وأمام تماطل وزارة الصحة في تنفيذ الوعود وبعد انتظار قرابة 7 سنوات، عاد الأطباء المقيمين للإضراب مرة أخرى والاعتصام بداية شهر جانفي 2018، من خلال المطالبة بجملة من المطالب النابعة من الفراغ القانوني والضبابية التي تحيط بالقانون الأساسي الخاص بالأطباء المقيمين وبالتالي المطالبة بإعادة النظر فيه، حيث انقسمت المطالب بين ما هو موجه لوزارة الصحة وما هو موجه لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي.*

حيث بدأت الأحداث بعد انخراط الأطباء من مختلف الجامعات الجزائرية في إضراب واعتصام داخل مستشفى مصطفى باشا في الجزائر العاصمة، قوبل ذلك الاعتصام بحملات اعتقال وضرب للمضربين من طرف الشرطة، الأمر الذي أدى إلى مساندة باقي الأطباء المقيمين في أغلب جامعات الوطن وفي مختلف التخصصات " طب، صيدلة، طب أسنان " ودخولهم في إضراب عن العمل ماعدا توفير الحد الأدنى من الخدمة في كل قسم، تزامن ذلك مع عدة مسيرات واعتصامات في شتى أنحاء الوطن، بغية الضغط على الوزارة المعنية التي دخلت مع ممثلي اللجنة المستقلة للأطباء المقيمين الجزائريين " Camra " في سلسلة من اللقاءات والحوارات بحضور ممثل عن وزارة التعليم العالي وممثل عن وزارة العمل، تلك المفاوضات التي لم تنجح في الوصول إلى حل للقضية خاصة بعد رفض وزير الصحة الفصل في بعض المطالب كإجبارية الخدمة العسكرية التي أقر بأنها خارج صلاحيات وزارته وترتبط بوزارة الدفاع الوطني، في مقابل ذلك قام بإعطاء تعليمات بتجميد أجور الأطباء المضربين، الذين تمسكوا بحقهم في الإضراب مع تواصل سلسلة المسيرات و الاعتصامات ورفض القبول بأي حلول عدى تحقيق المطالب.[12]

3-الخطوات المنهجية المتبعة في الدراسة:

3-1 نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي"تهتم بشرح و توضيح الأحداث والمواقف المختلفة والمعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة ...، بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة، تسهم في حل المشكلات أو إزالة المعوقات أو الغموض الذي يكتنف بعض الظواهر"[13] ، ولذلك كان المنهج الأنسب لهذه الدراسة هو منهج **المسح التحليلي** والذي يعرف بأنه "جهد علمي منظم للحصول على بيانات و معلومات و أوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية للدراسة "[14]، و يستخدم منهج المسح في أبحاث الإعلام والاتصال في مجالات متنوعة مثل مجال مسوح الرأي العام، وفي مجال تحليل المضمون المتعلق بتحليل المواد المنشورة في وسائل الإعلام، قصد التعرف على ما قدم فيها من موضوعات.[15]

وعليه ستقوم الباحثة في هذه الدراسة بإجراء مسح لعدد من الصحف الالكترونية الجزائرية من جهة، وصفحات الفيسبوك وقنوات اليوتيوب من جهة أخرى تلك التي تطرقت لقضية إضراب الأطباء المقيمين، والتي تشكل في مجملها مجتمع البحث، ومن ثم نقوم باختيار عينة منها، ونخضع مضامينها للتحليل خلال فترة زمنية محددة.

3-2 أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على **أداة تحليل المضمون** كأداة لجمع البيانات، والذي يعرف حسب باد بأنه " أسلوب منهجي لتحليل محتوى الرسالة الإعلامية، و أسلوب تناولها و معالجتها، وهو أداة تستخدم في ملاحظة السلوك الاتصالي العلني و تحليله "[16] ، وتبعا لذلك تعد أداة تحليل المضمون الأداة الأنسب لهذه الدراسة لعدة اعتبارات منها كون هذه الأداة الأكثر شيوعا واستخداما إذا ما تعلق الأمر بدراسة الرسالة الإعلامية، وهو ما تذهب إليه هذه الدراسة التي تهدف من خلال تحليل مضامين عينة من الصحف الالكترونية ، صفحات الفيس بوك، قنوات اليوتيوب كنموذج عن صحافة المواطن، إلى الاستدلال على خصوصية طرح القضايا في كلى الوسيطين الالكترونيين ضمن البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة.

ومن أجل ذلك اتبعت الباحثة عدة خطوات يمكن تلخيصها فيما يلي:

3-2-1 تحديد عينة التحليل:

اعتمدت الباحثة في جمع البيانات على **العينة القصدية** للوصول إلى عينة من الصفحات الفيسبوكية الجزائرية التي تتولى الدفاع عن قضية إضراب الأطباء المقيمين وعينة من القنوات على اليوتيوب، إضافة إلى عينة من الصحف الالكترونية الجزائرية.

إذ تعرف العينة القصدية بأنها تلك التي يختار الباحث مفرداتها عمدا وعن قصد اعتقاد منه بأنها تمثل مجتمع دراسته، ولذلك فقد قمنا باختيار – قصدا–صفحة أطباء Doctors كعينة من صفحات الفيس بوك، وقناة Collectif Autonome des Médecins Résidents Algériens كعينة عن قنوات اليوتيوب، و صحيفتي الشروق online والنهار online كعينة من الصحف الالكترونية الجزائرية.

وبالتالي فقد شملت الدراسة المضامين المدرجة في الصفحات عينة البحث في الفترة بين 01 فيفري 2018 إلى غاية 28 فيفري 2018 ، ليبلغ عدد المنشورات المحللة 78 إدراجا أو منشورا.

3-2-2 خصائص عينة الدراسة:

صحيفة الشروق Online: الشروق أون لاين موقع إخباري، يوفر تغطية آنية ومستمرة للأحداث في الجزائر والوطن العربي والعالم بثلاث لغات ويمثل النسخة الإلكترونية لجريدة الشروق اليومي.متاح على الرابط https://www.echoroukonline.com/

صحيفة النهار Online:النسخة الالكترونية لليومية الإخبارية الوطنية النهار الجديد ، متاح على الرابط https://www.ennaharonline.com/

صفحة أطباء Doctors على الفيسبوك: هي صفحة على الفيس بوك أنشأت من طرف بعض الأطباء المقيمين، بهدف الدفاع عن قطاع الصحة في الجزائر والتطلع إلى تحسينه ورفع مستواه، وكذا الدفاع عن حقوق الأطباء الجزائريين، بلغ عدد متتبعي الصفحة إلى غاية تاريخ إجراء الدراسة 28-2-2018، 638 k متتبع ، الصفحة متاحة على الرابط https://www.facebook.com/DoctorsAtiba/

قناة Collectif Autonome des Médecins Résidents Algériens على اليوتيوب :

هي القناة الرسمية للجنة المستقلة للأطباء المقيمين الجزائريين " Camra " 2017 ، تم إنشائها على اليوتيوب في 16 جانفي 2018، لتضم القناة إلى غاية تاريخ إجراء الدراسة 28-2 -2018 ، 2471 مشترك في ، ليبلغ عدد مشاهدات الفيديوهات التي تبث عبر القناة على اليوتيوب 727 102 مشاهدة ، القناة متاحة على الرابط https://www.youtube.com/channel/UCP4M34wlNOaI_KpIlamglmQ/featured

3-2-3 تحديد فئات التحليل:

قامت الباحثة استنادا لمتطلبات الدراسة من إشكالية، تساؤلات وأهداف مرجوة من البحث، بتكييف مجموعة من الفئات غير تلك التي عهد استخدامها في دراسات تحليل المضمون، وذلك تماشيا مع خصوصية محتوى الصحف الالكترونية، والشبكات الاجتماعية كوسيط إعلامي، ويمكن حصر تلك الفئات فيما يلي:

فئات الشكل كيف قيل؟

فئة العناصر المرافقة للموضوع، والتي تشمل (صور، فيديو، روابط خارجية، صور مركبة حقيقية، صور مركبة غير حقيقية، صور متحركة)

فئة أشكال تفاعل الرأي العام مع القضية، والتي تشمل (إعجاب، تعليق، مشاركة، مشاهدة)

فئات المضمون ماذا قيل؟

فئة انخراط الرأي العام في النقاش حول القضية حسب النوع الاجتماعي، والتي تشمل (الرجال، النساء)

فئة أساليب الرأي العام المستخدمة في النقاش حول القضية، والتي تشمل (الحوار، العنف، السخرية)

فئة اتجاه الرأي العام نحو القضية والتي تشمل، (مؤيد، معارض، محايد)

4-2-3 تحديد وحدات التحليل:

الوحدة الطبيعية للتحليل:

بالنسبة للصحف الالكترونية: اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المقالات الالكترونية النصية كوحدة طبيعية للتحليل.

بالنسبة لصفحة الفيس بوك: اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنشورات المكتوبة النصية والمرئية كوحدة طبيعية للتحليل.

بالنسبة لقناة اليوتيوب: اعتمد الباحث في هذه الدراسة على الفيديوهات كوحدة طبيعية للتحليل.

وحدة التسجيل: اعتمد الباحث على وحدة الكلمة كوحدة تسجيل، إضافة إلى وحدة اللقطة، ولأن الوحدة تفقد معناها خارج سياق التحليل، فقد اعتمد الباحث وحدة الفكرة كوحدة سياق في محاولة لفهم معاني وحدة التسجيل المعتمدة.

3-3 أساليب تحليل البيانات

اعتمدت الدراسة **أسلوب التحليل الكمي** الذي يتم من خلال أرقام ونسب مئوية تأتي في شكل معطيات إحصائية وجداول رقمية، والتحليل الكمي الذي تم اعتماده في هذه الدراسة هو أسلوب التكرارات والنسب المئوية التي تتعلق بالجداول وذلك لمعرفة الاختلافات في درجة توزيع التكرارات، إضافة إلى **أسلوب التحليل الكيفي** الذي يهدف إلى ترجمة تلك الأرقام والإحصائيات وإعطاء قراءة علمية لها.

3-4 الحدود الزمنية للدراسة

ونقصد بها الوقت الذي استغرقته الدراسة أو الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة، والتي امتدت من1 فيفري 2018 إلى 31 مارس 2018، بداية بتحديد إشكالية الدراسة ثم مرورا بجمع البيانات والمعطيات من خلال استمارة التحليل وصولا إلى النتائج المطلوبة.

4- عرض ومناقشة بيانات الدراسة التحليلية

جدول رقم (1) : تكرار القضية خلال الفترة الممتدة بين 1 -28 فيفري 2018 على صحيفة الشروق أونلاين

الشروق أونلاين	
العنوان الرئيسي	تاريخ النشر
تنسيقية الأطباء المقيمين ترفض ''مساومات'' الوزارة، لا تمرضوا.. المستشفيات مشلولة!، الأطباء المضربون ''مغرر بهم''.. ونوايا حسبلاوي حسنة!، ملف الأطباء المقيمين على طاولة الوزير الأول، بوحجة ''يتبرأ'' من وساطة بين الأطباء المقيمين وحكومة أويحيى!، البرلمان ''ينفض يديه'' من قضية الأطباء المقيمين!، سنواصل إضرابنا بالمستشفيات. ونرفض الحوار المشروط، الأطباء المقيمون يحتجون مجددا بمستشفى مصطفى باشا، الأطباء المقيمون في مسيرات جهوية بثلاث ولايات، الأطباء المقيمون يحضرون مسيرة أخرى لهذا الأربعاء بقسنطينة، وزارة الصحة تستدعي الأطباء المقيمين لطاولة الحوار الاثنين.	2018-02-05 إلى غاية 2018/02/28

في قراءة لمعطيات الجدول يتضح أن قضية إضراب الأطباء المقيمين في الجزائر قد احتلت حيزا ضمن أجندة صحيفة الشروق أون لاين الالكترونية ، حيث تكررت القضية خلال فترة التحليل بمعدل مرة في كل يومين، مما يشير إلى أهمية القضية سواء بالنسبة للرأي العام الداخلي والخارجي، وللإعلام على حد سواء، إذ تعددت المواضيع المتصلة بقضية إضراب الأطباء عبر صحيفة الشروق أون لاين ، وإن ركزت هذه الأخيرة على رصد مسار المفاوضات والحوار بين الوزارة المعنية والأطباء المضربين، وكذا تدخل بعض الجهات الأخرى كالوزير الأول أويحى، أو بوحجة، وغيرهما من

الأحزاب السياسية الموالية والمعارضة للنظام، والتي لا تعتقد بمشروعية الإضراب، وترجح فكرة الأيادي الخارجية التي تدعم المضربين، في مقابل المسيرات الجهوية التي نظمها الأطباء في ثلاث ولايات.

جدول رقم (2) : تكرار القضية خلال الفترة الممتدة بين 1 –28 فيفري 2018 على صحيفة النهار أونلاين

النهار أونلاين	
العنوان الرئيسي	تاريخ النشر
شبح السنة البيضاء يخيّم على الأطباء المقيمين، بن ديب. درسنا جميع مطالب الأطباء المقيمين، الأطباء المقيمون يعودون للاحتجاج رغم تهديدات وزير الصحة، أطباء الولايات الجنوبية.. الخدمة المدنية لم تقدم شيء للمرضى، الحوار ضرورة لوقف الإضراب، الأطباء المقيمون يفاجئون الجميع ويخرقون منع المظاهرات في العاصمة، عدوى الإضرابات تمسّ 4 قطاعات.. ونسبة الاستجابة 65 من المئة ، جاب الله.. غياب الحوار أطال أمد إضراب الأساتذة والأطباء المقيمين، لأطباء المقيمين يتحدون أويحيى.. ''سنواصل الإضراب" ، انشقاق وسط الأطباء المقيمين بسبب المفاوضات مع السلطات، عمادة الأطباء تقترح الوساطة بين الأطباء المقيمين والوزارة، زمالي للمضربين.. عودوا لعملكم حفاظا على مصالح المواطنين، هذه هي تفاصيل اجتماع وزارة الصحة مع الأطباء المقيمين ، فشل اجتماع الأطباء المقيمين ووزارة الصحة .	4 – 02- 2018 إلى غاية 2018/02/28

في قراءة لمعطيات الجدول يتضح أن قضية إضراب الأطباء المقيمين في الجزائر قد احتلت حيزا ضمن أجندة صحيفة النهار أو ن لاين الالكترونية أيضا، إذ تعددت المواضيع المتصلة بالقضية عبر الصحيفة والتي ركزت في طرحها على تتبع مراحل تطورها من خلال عرض وجهات نظر بعض المسؤولين كوزير العمل، منسق اللجنة القطاعية المكلفة بالأطباء المقيمين، رئيس الكتلة البرلمانية لحزب الأرندي ، وزير الصحة ..." دون تغطية مختلف المسيرات والوقفات الاحتجاجية التي كانت تنظم من طرف الأطباء المقيمين في تلك الفترة في عدة ولايات من الوطن، والملاحظ أن طرح القضية من خلال مضامين صحيفة النهار أون لاين لم يتعدى مجرد عناوين فقط في أغلب المقالات، التي اقتصرت على عناوين رئيسة وأخرى فرعية خالية من تفاصيل لتلك العناوين.

جدول رقم (3): تكرار القضية خلال الفترة الممتدة بين 1 –28 فيفري 2018 على صفحة أطباء على الفيس بوك

صفحة أطباء Doctors على الفيسبوك	
تاريخ النشر	العنوان الرئيسي
2018-2-5 إلى غاية 2018/02/28	الاعتداء على طبيبة ببرج بوعريريج، ترحم على الطبيبة المرحومة عسيلة الحكومة تتنصل من مسؤولياتها في تلبية مطالب الأطباء المقيمين، الأطباء الداخليون يشرعون في إضراب ، تدخل الأطباء على قناة الشروق للرد على الحملة الإعلامية المضللة ، البروفيسور بوزيد يدعمكم ، مسيرات في تلمسان اليوم، مسيرات في عنابة اليوم، مسيرات في سطيف اليوم ، الأطباء المقيمين في مسيرة حاشدة في سيدي بلعباس اليوم، استمرار إضراب الأطباء أمام تماطل الحكومة في الاستجابة، الشرطة تمنع الأطباء من الدخول العاصمة بينما المجرمون يجوبون الشوارع،، بدوي يحذر من العودة للعشرية السوداء ، عاجل الشرطة تدخل مستشفى مصطفى باشا وتعتدي على الأطباء ، أويحى يهدد الأطباء والأساتذة ويلمح لاستعمال العنف ضدهم ، الأطباء يردون على أويحى من العاصمة، رئيس حزب سياسي يتكلم على الأطباء، كرنفال في دولة " فيديو ولد عباس "، طبيب يشرح بعض مطالب الأطباء لراديو M، بداية المسيرات في كل من وهران بليدة، سطيف ، المسيرات انطلقت في كل ربوع الوطن ، تصريحات أويحى كانت مستفزة للجميع ، مسيرتكم طويلة ومستمرة وخصصت لها ميزانية ضخمة لتكسيرها، فيديو لكل الصامدين والموعد قسنطينة، احتجاز أطباء بتيزي وزو ومنعهم من التنقل، بدأت المسيرة ، قسنطينة، أضخم مسيرة تجتاح مدينة العلم هذه الأثناء ، قسنطينة تجمعنا ، الآن من الجسور المعلقة.

في قراءة لمعطيات الجدول أعلاه يمكن القول بأن موقع الفيس بوك قد أتاح فرصة لم يسبقها المجتمع الجزائري في الحديث عن مختلف القضايا التي تهم الشأن العام، وتحديدا قضية إضراب الأطباء المقيمين، أين تحول الفيس بوك من خلال الصفحات التي ينشئها ويديرها أطباء مضربون، إلى منبر للتعريف بالقضية، ورصد مسارات تحولاتها، والأكثر من ذلك محاولة حشد الجماهير المساندة، من الأطباء وغيرهم، من أجل التأثير على الرأي العام وكسب تأييده، خاصة في ظل التضييق أو التعتيم الإعلامي الذي قد يمارس من قبل الإعلام الرسمي الذي لن يخرج عن أجندة معينة تحكمها عدة اعتبارات.

هكذا ركز القائمون على صفحة أطباء Doctors على تتبع القضية منذ بدايتها وتكثيف المنشورات التي تعرف بمطالب الأطباء المضربين تارة، وتبرز المسيرات سواء الوطنية أو الولائية التي كانت تقام بشكل مستمر ومنظم عبر جدول زمني مدروس تارة أخرى، كما ركزت المنشورات في الصفحة على نقل كل المضايقات والضغوطات التي تصل حد الاعتقال من قبل الشرطة، و التي كان يعيشها الأطباء المضربون في كل مرة وباختلاف الولاية التي يقام فيها الاعتصام أو المسيرة.

حيث وظف القائمون على صفحة أطباء Doctors مختلف الميزات التي يتيحها موقع الفيس بوك في نشر المضامين وذلك من خلال خاصية الدمج بين الفيديوهات والصور، إضافة إلى خاصية البث الحي أو النقل الحي للفيديوهات والتي كانت الأكثر استخداما في أغلب المناشير على الصفحة.

جدول رقم (4): تكرار القضية خلال الفترة الممتدة بين 1 –28 فيفري 2018 على قناة Camra " على اليوتيوب

قناة " Camra " على اليوتيوب	
تاريخ النشر	**العنوان الرئيسي**
2018-02-12 إلى غاية 2018/02/28	مظاهرة سلمية للأطباء المقيمين ، إحالة أطباء من مستشفى مصطفى باشا بعد مطالبتهم بأجورهم ، 4 mois de fierté ، Bande annonce le médecin résident، Nos médecin se déplacent dans tout le pays، La grève de résident unofficial trailler، La situation du médecin résident en Algérie، Marche de Oran، Marche national Constantine، Marche des blouses blanches de Constantine

في قراءة لمعطيات الجدول وبهدف الكشف عن تكرار القضية عبر قناة " Camra " على اليوتيوب يمكن القول بأن الموقع ومن خلال القناة التي أنشأتها التنسيقية الوطنية للأطباء المقيمين، قد تحول إلى مصدر رسمي للإطلاع على حيثيات ومستجدات قضية الإضراب ، من خلال محتويات يقوم بصناعتها وإنتاجها فريق من الأطباء، يعمل على مشاركتها وإيصالها إلى أكبر قدر ممكن من الجماهير.

حيث تحولت تلك القناة– حالها حال صفحات الفيس بوك– إلى منبر أو مساحة للتعريف بالقضية بالنسبة للرأي العام الجزائري والخارجي، الذي قد يقع في مغالطات حول مطالب الأطباء المضربين، إضافة إلى تتبع مختلف تطوراتها ورصد المسيرات التي كانت تنظم في كل مرة في إحدى الولايات الكبرى في الوطن، وذلك من خلال فيديوهات حية يقوم القائمون على القناة بتنزيلها، وكذا تركيب فيديوهات أخرى تتضمن صور حقيقية ما يعطي للخبر أو المعلومة مصداقية أكبر.

جدول رقم (5) : العناصر المرافقة للموضوع على صفحة Doctors والصحف الالكترونية

العناصر المرافقة للموضوع	صفحة Doctors		النهار اونلاين		الشروق اونلاين		قناة Camra " " على اليوتيوب	
	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة
صور	5	11.36	14	100	11	100	8	
فيديوهات	28	63.63	/	/	/	/	5	38.46
صور وفيديوهات معا	11	25	/	/	/	/	/	/
روابط خارجية	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع	44	100 %	14	100 %	11	100 %	13	100 %

من خلال الجدول أعلاه و المبين للعناصر المرافقة للمضامين المتصلة بقضية إضراب الأطباء المقيمين يتضح أن:

أكثر أدوات التعبير الالكترونية استخداما في صفحة Doctors على الفيس بوك كانت الفيديوهات بنسبة 63.63% تليها المزج بين الصور والفيديوهات معا بنسبة 25 %، إذ ركزت الصفحة على خاصية النقل المباشر للحدث " life " من خلال فيديو يضع المستخدمين مباشرة في قلب الحدث والذي غالبا ما يكون مظاهرات ، مسيرات أو اعتصامات داخل المستشفيات، ما يعطي للحدث مصداقية أكبر.

أما بالنسبة لصحيفتي الشروق والنهار أون لاين فقد تم الاعتماد على الصور فقط كأدوات للتعبير عن القضية، وقد تراوحت تلك الصور بين صور لشخصيات معروفة ورسمية في مقابل ظهور عدد قليل من الصور الملتقطة للأطباء المقيمين وهم في حالة اعتصام داخل المستشفيات أو في مسيرات، مع تكرار نفس الصورة في العديد من المقالات بالنسبة لصحيفة الشروق أون لاين. وذلك دون اللجوء إلى تدعيم الموضوع بروابط خارجية وبمواضيع ذات صلة

بالقضية، والتي من شأنها وضع المتتبع في صورة الحدث أكثر، مثلما هو الأمر في الصحف الالكترونية العربية والعالمية والتي تعتمد خاصية التشبيك من خلال الروابط الفائقة.

في حيت تعددت أدوات التعبير المستخدمة في قناة اليوتيوب بين الفيديوهات الحية والتي تعد هي الأخرى نقلا مباشرا لتداعيات القضية صوتا وصورة ما يعطي مصداقية أكبر أمام المتتبعين، إضافة إلى الاستعانة بتركيب صور حقيقية وأخرى غير حقيقية من أجل صناعة محتوى رقمي، في شكل مقاطع تعريفية بقضية إضراب الأطباء وأهم مطالبهم والأوضاع التي يعايشونها مع جنيريك البداية والنهاية المصحوب بكلمات وموسيقى مأثرة.

جدول رقم (7): نسبة تفاعل الرأي العام مع القضية من خلال التعليقات مقارنة بنسبة زيارة الموقع

الشروق اونلاين			النهار اونلاين		
المقال	عدد مرات الزيارة	عدد التعليقات	المقال	عدد مرات الزيارة	عدد التعليقات
المجموع	41.010	156	المجموع	25.157	5

في قراءة لمعطيات الجدول أعلاه، بهدف تحديد نسبة تفاعل زوار صحيفتي النهار والشروق أونلاين مع المضامين المنشورة حول قضية إضراب الأطباء المقيمين، مقارنة مع نسبة زيارة الموقع في كل مقال، نلاحظ أن تفاعل المستخدمين في صحيفة الشروق محتشم إذ لم يتجاوز عدد التعليقات في مجملها 156 تعليقا، في حين كان عدد زوار الموقع وقراء المقال الواحد أكثر من 2000 زائر، في حين كان التفاعل شبه منعدم بالنسبة لصحيفة النهار أو نلاين حيث بلغ عدد التعليقات 5 تعليقات فقط مقابل متوسط زيارة لكل مقال بمعدل 1000 زائر، ويمكن أن نرجع ذلك كون المستخدمين يميلون أكثر إلى التفاعل عبر وسائط الإعلام الالكتروني الأخرى خاصة الفيس بوك و اليوتيوب، أكثر من الصحف الالكترونية التي بدأت تفقد شيئا فشيئا التفاعلية لصالح وسائط أخرى.

جدول رقم (8): أشكال تفاعل الرأي العام مع القضية عبر صفحة Doctors و قناة Camra

أشكال التفاعل	صفحة **Doctors**	قناة **Camra**
	التكرار في مضامين المنشورات	التكرار في مضامين المنشورات
إعجاب	1.4K 1.3K 1.4K 1.2 K ، 968 ، 856 ، 755 ، 1.8 K 1.2 K	120، 16، 12، 64، 17، 26، 33، 14، 24، 32، 40
تعليق	536، 893، 442، 117، 362، 447، 253، 886، 123	12، 4، 3، 3، 2،2

مشاركة	1441، 1298، 3863، 986، 1436، 899، 543، 1421، 1136...	/
المشاهدة: vues	/	3370، 398، 1232،406، 1321، 660، 320، 667، 338، 748، 646

في قراءة لمعطيات الجدول وبهدف التعرف على مختلف أشكال تفاعل متتابعي صفحة Doctors مع قضية إضراب الأطباء المقيمين، يمكن القول بأن موقع الفيس بوك يتيح لمستخدميه عدة تقنيات للتعبير والتفاعل مع المضامين أكثرها استخداما في هذه القضية هي المشاركة ثم الإعجاب وأخيرا التعليقات، ويمكن أن نرجع ذلك إلى الهدف الأساسي من الصفحة التي أنشأت لتكون منبرا وصوتا مدافعا للقضية وبالتالي تهدف كثرة المشاركات لإيصال صوت المضربين لأكبر قدر ممكن من الجماهير، أما عن **دلالات الإيموجي المستخدمة في الإعجاب عبر صفحة Doctors**، فيمكن القول بأن تقنية الإيموجي تظهر كشكل آخر من أشكال التعبير والذي يحمل الكثير من المعاني بطريقة غير مكتوبة، يستطيع من خلالها المستخدمون التعبير وإيصال مشاعرهم وأحاسيسهم، خاصة بالنسبة لأولئك الذين لا يجيدون التعبير عما بداخلهم كتابة وقولا، وقد تعددت تلك الإيموتيكونات في تعبيرات متتبعي صفحة Doctors وتنوعت بين التعبير بالإعجاب، الإعجاب بشدة، الغضب، والحزن أيضا.

وبالنسبة لمختلف أشكال تفاعل متتابعي قناة Camra مع المضامين المتعلقة بقضية إضراب الأطباء المقيمين، فيمكن القول أن نسب المشاهدة الكبيرة التي حازتها الفيديوهات تؤشر لمدى تفاعل المشاركين معها ومع القضية، إضافة إلى وجود تعليقات تعكس توجهات المستخدمين الذين عبروا من خلالها إما على تأييدهم للقضية أو معارضتهم لها، وإن كان عدد التعليقات ضئيل جدا خاصة إذا ما قورن بالتعليقات على صفحة الفيس بوك، والتي تعتبر الأكثر تفاعلية على الإطلاق.

جدول رقم (9) :انخراط الرأي العام في النقاش حول القضية حسب النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	صفحة Doctors		قناة Camra		النهار اون لاين		الشروق أون لاين	
	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة
رجال	2431	59.89	12	57.14	5	100	131	83.97
نساء	1628	40.10	9	42.85	0	0	25	16.02
المجموع	4059	%100	21	%100	5	%100	156	%100

في قراءة لمعطيات الجدول يمكن القول بأن مشاركة المرأة تبقى محدودة إذا ما قورنت بمشاركة فئة الرجال في النقاش حول قضية إضراب الأطباء المقيمين، في كل من الصحف الالكترونية وصحافة المواطن ، ويمكن أن نرجع ذلك الإحجام من طرف النساء الجزائريات، بالنسبة لموقع الفيس بوك إلى الفروق الموجودة فعلا في استخدامه في الجزائر حسب الجنس، فبحسب إحصائيات جوان 2017 * فإن نسبة مستخدمي الموقع الذكور قد بلغت 63% من إجمالي المستخدمين مقابل 37 % فقط لفئة النساء، وتبعا لذلك يمكن القول أيضا بأن وسائط الإعلام الالكتروني سواء من خلال صحافة المواطن أو الصحف الالكترونية ، قد أتاحت لفئة النساء في المجتمع الجزائري، أن يتفاعلن مع مختلف القضايا المتصلة بهن التي يشكلن طرفا فيها، والتي تثير الشأن العام، من خلال إبداء آرائهن والدفاع عن ما يعتقدن بأنه حقهن، جنبا إلى جنب مع فئات الرجال الذي كان يقتصر عليهم فيما مضى الاهتمام بالقضايا المصيرية في المجتمع، وحصر اهتمام المرأة بأمور البيت والأسرة.

جدول رقم (10): أساليب الرأي العام المستخدمة في النقاش حول القضية من خلال التعليقات

أساليب النقاش	صفحة Doctors		قناة Camra		النهار أون لاين		الشروق أو نلاين	
أسلوب الحوار	96	64	18	85.71	5	80	31	62
أسلوب العنف	34	22.66	/	/	/	/	7	14
أسلوب التهكم	20	13.33	3	14.29	1	20	12	24
المجموع	150	%100	21	%100	5	%100	50	%100

في قراءة لمعطيات الجدول وبهدف تحديد أكثر الأساليب استخداما في النقاش حول قضية إضراب الأطباء المقيمين يتضح أن أسلوب الحوار كان الأسلوب الغالب سواء بالنسبة لزوار صحيفة الشروق والنهار أون لاين وذلك ما عكسته نسبيتي 62 % و 80 %، أو متتابعي صفحة Doctors وقناة Camra، ما عكسته نسبتي 64% و 85.71 % وذلك بالاعتماد على نقل وجهات النظر المؤيدة والمعارضة للقضية وتدعيمها بالبراهين والحجج .

ويمكن أن نرجع الأمر إلى أن فئة الأطباء يمثلون فئة نخبوية في المجتمع تستخدم أسلوبا يعكس المستوى الفكري والأخلاقي لأصحابها، وإن كان أسلوب السب والشتم أسلوبا مستخدما في نقاش متتبعي صفحة الفيس بوك وذلك لكون الصفحة لا تقوم بحظر التعليقات التي تستخدم التعبيرات والألفاظ النابية، بعكس صحيفة النهار أون لاين، التي تقوم بفحص التعليقات قبل نشرها.

كما يمكن القول أيضا بأن صفة الفيس بوك قد تحولت إلى فضاء عمومي افتراضي أين تناقش القضية وتطرح للرأي العام، من أجل إبداء الرأي والحوار العقلاني الذي يهدف إلى الخروج بحلول للقضية، وهذا ما تعكسه تعليقات المستخدمين التي تدار من طرف أدمين الصفحة، مشكلة مساحة للرأي والرأي الآخر، حتى وإن كان الحوار أحيانا خارجا عن الطرح العقلاني ومتسما بالنقاش العدائي، إلا أن فضاءات الفيس بوك أتاحت لجميع الأفراد إمكانية الانخراط في قضايا تهم الرأي العام.

جدول رقم (11) : اتجاه الرأي العام نحو القضية من خلال التعليقات

	صفحة Doctors	قناة Camra	النهار اون لاين	الشروق أون لاين
طبيعة اتجاه المستخدمين	مؤيد	مؤيد	مؤيد	معارض

في قراءة لمعطيات الجدول الذي يهدف إلى الكشف عن اتجاهات المستخدمين نحو قضية إضراب الأطباء المقيمين من خلال ما ورد في التعليقات، يتضح أن الاتجاه الغالب على مستخدمي الفيس بوك وتحديدا متتبعي صفحة Doctors إضافة إلى متابعي قناة Camra على اليوتيوب كان اتجاها مؤيدا للقضية، في حين انقسم اتجاه زوار الصحف الالكترونية بين مؤيد بالنسبة لزوار صحيفة النهار أون لاين، وبين معارض للقضية بالنسبة لزوار صفيحة الشروق أون لاين.

ويمكن إرجاع التباين في اتجاهات المستخدمين إلى كون أغلب متتبعي صفحة Doctors وقناة Camra على اليوتيوب هم أطباء مقيمين مضربين فعلا، أو أطباء عامين ومختصين أو حتى طلبة طب مازالوا يزاولون الدراسة، كما ضمت الصفحة والقناة أيضا المتعاطفين مع الأطباء سواء كانوا عائلاتهم أو أصدقاء أو غير ذلك ما يفسر التأييد الذي كان ظاهرا حيال القضية، في المقابل نجد أن أغلب زوار الشروق أون لاين مثلوا شريحة من المجتمع الجزائري ممن ترسخت لديه صورة سلبية عن الأطباء والطب خاصة في ظل الأوضاع التي عانى ومازال يعاني منها قطاع الصحة في الجزائر، وممن عارضوا الإضراب معتقدين بعدم شرعية مطالبه الناجمة في أغلب الحالات عن قصور في فهم المطالب الأساسية للمضربين.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج التي لا تسعى إلى التعميم بقدر ما تسعى إلى رصد آليات استخدام مختلف وسائط الإعلام الالكتروني في طرح القضايا المتصلة بالشأن العام في الجزائر، وتشكيل رأي عام الكتروني إزائها، وتبعا لذلك يمكن إيجاز أبرز ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فيما يلي:

- أثبتت **صحافة المواطن** ممثلة في" موقع الفيسبوك و اليوتيوب " مقدرتها على طرح القضايا الاجتماعية في الجزائر ، والتعبير عن الآراء والتوجهات من خلال ما تكفله وسائطها من ميزات أهمها الانفلات من الرقابة الإعلامية الرسمية، فكانت أداة طيعة في يد المستخدمين الذين وظفوها للتعريف بقضيتهم والمطالبة بحقوقهم وكسب تأييد الرأي العام، إذ ساهموا بذلك في صناعة وإنتاج المحتوى الرقمي من جهة و التفاعل معه من جهة أخرى.

- لم تخرج **الصحف الإلكترونية** ممثلة في صحيفتي " الشروق والنهار أون لاين " في طرحها للقضية عن أجندة معينة تحكمها سياسية المؤسستين الإعلاميتين التابعتين لها، فأنتجت بذلك خطابا يعكس طرف السلطة والجهات الحكومية في القضية مهملة بذلك الطرف الثاني الأطباء المقيمين المضربين.

- اختلفت **أدوات التعبير الالكتروني** بين صحافة المواطن والصحف الالكترونية وفق ما توفره كل منها من ميزات لمستخدميها، ففي حين اعتمد مستخدمي موقعي الفيسبوك واليوتيوب على خاصية الفيديوهات الحية المباشرة، وكذا صناعة محتوى رقمي يرتكز على الصور الحقيقية، والمؤثرات الصوتية، اقتصرت الصحف الالكترونية الجزائرية على توظيف بعض الصور أغلبها لشخصيات رسمية مع وجود القليل من صور الأطباء المقيمين، دون الاعتماد على الروابط الخارجية الفائقة التي من شأنها دعم الموضوع أكثر وإثرائه.

- اتسمت **أساليب نقاش الرأي العام** الموظفة للتعبير عن آرائهم اتجاه القضية، بالحوار العقلاني الذي يعتمد على نقل وجهات النظر المؤيدة والمعارضة للقضية وتدعيمها بالبراهين والحجج، وإن كان أسلوب السب والشتم أسلوبا مستخدما في نقاش متتبعي صفحة الفيس بوك وذلك لكون الصفحة لا تقوم بحظر التعليقات التي تستخدم التعبيرات والألفاظ النابية، بعكس صحيفة النهار أون لاين، التي تقوم بفحص التعليقات قبل نشرها.

- اتسمت **نسبة تفاعل الرأي العام** في صحيفتي النهار والشروق أونلاين مع المضامين المنشورة حول القضية بالاحتشام، ما يسمح بالقول بأن بالمستخدمين الالكترونيين أصبحوا يميلون أكثر إلى التفاعل عبر وسائط الإعلام الالكتروني الأخرى خاصة الفيس بوك واليوتيوب، أكثر من الصحف الالكترونية التي بدأت تفقد شيئا فشيئا خاصية التفاعلية لصالح وسائط أخرى.

– اتخذت **أشكال تفاعل الرأي العام** مع القضية عبر صحافة المواطن " موقع الفيسبوك واليوتيوب " عدة أشكال وفقا لما يتيحه كل موقع لمستخدميه من تقنيات للتعبير والتفاعل مع المضامين، أكثرها استخداما في هذه القضية هي المشاركة ثم الإعجاب وأخيرا التعليقات.

– بالنسبة **للتفاعل مع القضية حسب النوع الاجتماعي** يمكن القول بأن مشاركة المرأة الجزائرية تبقى محدودة إذا ما قورنت بمشاركة فئة الرجال في النقاش حول قضية إضراب الأطباء المقيمين، في كل من الصحف الالكترونية وصحافة المواطن، إلا أن ذلك لا ينفي بأن فئة النساء قد استفادت من فرصة الانخراط في القضايا الاجتماعية التي تهم الرأي العام، والمشاركة جنبا إلى جنب مع الرجال في التعبير الحر عن مختلف الآراء والدفاع عن الحقوق واكتسابها وفقا لما تتيحه كل من الصحف الالكترونية وصحافة المواطن من آليات للتمكين.

خاتمة:

في خاتمة هذه الدراسة يمكن القول بأن صحافة المواطن قد مكنت الرأي العام الجزائري من تجاوز دائرة الصمت، والانتقال إلى التعبير عن آرائه واتجاهاته حتى وإن كانت تتعارض مع اتجاهات الغالبية العظمى أو الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام، دون خوف من الإقصاء أو العزلة الاجتماعية التي تتنافى مع مبدأ المجتمعات الافتراضية الرقمية، وتبعا لذلك بات من الممكن اليوم الحديث عن فضاء عمومي افتراضي مواز للفضاء العمومي الواقعي، تدار فيه النقاشات حول القضايا الاجتماعية المرتبطة بالشأن العام في الجزائر، وتعطى فيه الفرصة لجميع الفئات للمشاركة ، حتى وإن كان الحوار أحيانا خارجا عن الطرح العقلاني ومتسما بالنقاش العدائي، ما يحيل إلى الاعتراف بقدرة الفضاءات الافتراضية على التعبئة وحشد الرأي العام الالكتروني وهو ما تعكسه نسب التعليقات، الإعجاب والمشاركة، الأمر الذي يبقى محدودا ومحتشما في الصحف الالكترونية التي تحاول مجاراة صحافة المواطن " شبكات التواصل الاجتماعي" من خلال خلق مساحة تحتضن خطاب الصحفي وخطاب الجمهور في آن واحد.

مراجع الدراسة

[1] مراد بن علي زريقات، تأثير وسائل الاتصال الالكتروني في الرأي العام، ورقة عمل مقدمة ضمن ندوة الجرائم الالكترونية : الملامح و الأبعاد، جامعة نايف، 2007، ص8.

[2] عادل عبد الصادق، الفضاء الالكتروني والرأي العام: تغير المجتمع والأدوات والتأثير، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني ، مقال متاح على الرابط http://accronline.com/article_detail.aspx?id=2725 تاريخ الاسترجاع 2017/06/18.

[3] Yuan, E. J. (2013). **ONLINE JOURNALISM IN SOCIAL TRANSFORMATIONS.** Journalism Studies, 14(1), p 80.

[4]عبد الصبور فاضل، **الصحافة والثورة الرقمية**، دار تامر للطباعة والنشر، جامعة الأزهر، مصر، 2013، ص 78.

[5] Deuze, M., Neuberger, C., &Paulussen, S. (2004). **Journalism education and online journalists in Belgium, Germany, and The Netherlands**. JournalismStudies, 5(1), p 20.

[6] ثريا السنوسي، **صحافة المواطن وإعادة إنتاج الأدوار**، مجلة العلاقات العامة، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، القاهرة، مارس 2014 ، ص 22.

[7] الصادق رابح، **إعلام المواطن: بحث في المفهوم والمقاربات**، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد6، 2010 ، ص 224.

[8] محمد المنصوري، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والإلكترونية "العربية أنموذجا"**، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية، الدانمرك، 2012 ، ص77.

[9] شريفة، الطيب، **أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري**، مداخلة مقدمة في مؤتمر الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر، كلية العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 26/25/ نوفمبر 2004 ، ص5.

[10] عبد الرزاق محمد الديلمي ،**الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية**،الأردن ،دار وائل لنشر ،ط2011،1.ص194.

[11]نسرين حسونة، **الإعلام الجديد .. المفهوم و الوسائل والخصائص والوظائف**، مقال متاح على الرابط http://blog.amin.org/nisreenhassouna/2014/04/07/ ، تم الاسترجاع بتاريخ 3-02-2018.

* للمزيد من المعلومات حول مطالب الأطباء المقيمين الجزائريين يمكنك الإطلاع على plate forme de revendications des résidents en sciences médicales « médecine- médecine dentaire – pharmacie »

[12] مقابلة أجريت مع ممثل التنسيقية الوطنية المستقلة للأطباء المقيمين بجامعة باجي مختار عنابة، تخصص طب أسنان، يوم 4 مارس 2018.

[13] مصطفى حميد الطائي ، خير ميلاد أبو بك ، **مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية** ، الإسكندرية ، دار الوفاء ، 2007، ص 95.

[14] محمد حسن سمير، **دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام**، القاهرة، عالم الكتب، ط2، 1995، ص67.

[15] أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2003، ص 290.

[16] نسرين حسونة، **تحليل المضمون: مفهومه، محدداته،استخداماته**، متاح على الرابط https://www.academia.edu ، تاريخ الاسترجاع 2018/02/05 .

* للمزيد يمكن الإطلاع على الموقع https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-northern-africa ، تاريخ الاسترجاع 2018/02/20.

مُستويات التفاعل مع التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب في القنوات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي

"دراسة تحليله مُقارنة بين صفحتي قناة "BBC Arabic، وقناة France24 Arabic"

Levels of interaction with media coverage of terrorism issues in news channels on social media: 'A comparative analysis between the pages of' BBC Arabic 'and France24' Arabic''

د/ جاد عويدات *

أ / محمود محمد أحمد *

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مُستويات التفاعل مع التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب في القنوات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب تحليل المضمون، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة تحليل مضمُون طبقت لتحليل مضمون التغطية الإعلامية لاعتداءات "باريس، نيس، ستراسبورغ" بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على أداة تحليل المضمون، وتوصلت إلى: وجود فروق غير دالة إحصائية بين صفحتي قناة " BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في أشكال التفاعل مع اعتداءات "باريس"، حيث تم استخدام مُربع كاي للتحقق من صحة الفرض، وقد بلغت نسبة التكرارات المشاهدة لأشكال التفاعل (1688، 1638) مع الترتيب لكل من صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وجاءت القيمة (0.74**)، وهي غير دالة عند مُستوي (0.01)، ووجود فروق دالة إحصائية بين صفحتي قناة " BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في أشكال التفاعل مع اعتداءات "نيس" وفي اتجاه صفحة قناة "France24 Arabic"، حيث تم استخدام مُربع كاي للتحقق من صحة الفرض، وقد بلغت نسبة التكرارات المشاهدة لأشكال التفاعل (1666، 1789) مع الترتيب لكل من صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وجاءت القيمة (4.36**)، وهي دالة عند مُستوي (0.01)، ووجود فروق دالة إحصائية بين صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في أشكال التفاعل مع

* - دكتوراه في الاعلام والاتصال – جامعة بوردو– فرنساَ

*- باحث في مجال الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة المنياَ.

اعتداءات "ستراسبورغ" وفي اتجاه صفحة قناة "BBC Arabic"، حيث تم استخدام مُربع كاي للتحقق من صحة الفرض، وقد بلغت نسبة التكرارات المشاهدة لأشكال التفاعل (1681، 1325)، مع الترتيب لكل من بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وجاءت القيمة (42.16**)، وهي دالة عند مُستوي (0.01).

الكلمات المُفتاحية: مُستويات التفاعل، التغطية الإعلامية، قضاياً الإرهاب، القنوات الإخبارية، مواقع التواصل الاجتماعي.

Abstract:

The study aimed at identifying the levels of interaction with media coverage of terrorism issues in social media news channels. The study used the descriptive method of content analysis method. The channel 'BBC Arabic' and the channel France24 'Arabic', and the study adopted in the collection of data on the content analysis tool, and reached to: There are non-statistical differences between the pages of the channel 'BBC Arabic' and channel France24 'Arabic' in the forms of interaction with the attacks of 'Paris', where a square Kai was used to verify the validity of the hypothesis, and the percentage of frequency seen for the forms of interaction (1688, 1638) with The rankings for both 'BBC Arabic' and 'France24 Arabic' pages were (0.74 **), which is not significant at (0.01),The presence of statistical differences between the pages of the channel 'BBC Arabic' and channel France24 'Arabic' in the forms of interaction with the attacks 'Nice' and in the direction of the page 'France24 Arabic', where the square Kay was used to verify the validity of the hypothesis (1666, 1789) with the rankings of both the pages of the channel 'BBC Arabic' and channel 'France24 Arabic', and the value came (4.36 **), a function at the level (0.01), There are statistical differences between the pages of the channel 'BBC Arabic' and channel France24 'Arabic' in the forms of interaction with the attacks 'Strasbourg' and towards the page of the channel 'BBC Arabic', where the box was used to check the validity of the hypothesis, and the percentage of frequency seen For the interaction forms (1681, 1325), with the order of the pages 'BBC Arabic' and 'France24 Arabic', the value (42.16 **), a function at the level (0.01).

Key words: Interaction levels, Media coverage, Terrorism issues, News channels, Social networking sites.

مُقدمة :

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي هي وسيلة اتصال هامة للتواصل بين الأفراد والشعوب والثقافات المختلفة، حيث أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعي وسيلة هامة لتغطية القضاياَ والأحداث المختلفة في مُختلف أنحاء العالم، وخاصة التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، حيثُ تُعد مصدراً هاماً لحصول الجمهور على المعلومات التي تثير اهتمامه والتي تُساعده في معرفة أخر المستجدات على الساحة، فهي تقوم على التفاعل والحوار والمشاركة بين القائم بالاتصال على هذه الصحف وجمهورهاَ، ومن هناَ ظهرت أهمية الموضُوع لتناولهُ من منظُور حديث لذلك ستبحث الدراسة في عنوان البحث عن مُستويات التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب بصفحتي قناة " BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic".

أولا–الإطار المنهجي للدراسة:

إشكالية الدراسة:

في ظل التسارع المذهل في مجال تكنولوجياَ الإعلام والاتصال الحديثة والتطبيقات التفاعلية للويب، واستغلال الجماعات المتطرفة لوسائل الإعلام الاجتماعي في القيام بأعمال الإرهابية، وبماَ يتصل بالتغطية الإعلامية لاعتداءات "باريس، نيس، ستراسبورغ" بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" للوصول لجمهُورهاَ المستهدف من الشباب والذي يُعد الأكثر استخداماً لهذه الوسائل للاندماج نحو الموضوعات المختلفة المتعلقة بقضاياَ الإرهاب والتي تثير اهتمامهم، الأمر الذي باتَ يستحق الدراسة العلمية، الأمر الذي باتَ يستحق الدراسة العملية وفى هذا الإطار سوف نركز على إجراء دراسة تحليلية للتغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب بين صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" باستخدام التحليل الكيفي والكمي ورصد أنماط التفاعُل حولهاَ دون التعرف على استخدامات المترددينَ لصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، ومن هناَ تتمحور مُشكلة الدراسة في تساؤل رئيسي يقول:

- **ماَ مُستويات التفاعل مع التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب بصفحتي قناة " BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"؟**

تساؤلات الدراسة:

- **ماَ مُســـتويات التغطية الإعلامية لقضـــاياَ الإرهاب بصـــفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"؟**
- **هل هناك الفروق بين صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في أشكال التفاعل مع اعتداءات "باريس، نيس، ستراسبورغ"؟**

فروض الدراسة التحليلية:

1- توجد فروق دالة إحصائية بين صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في مُستويات التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب.

2- توجد فروق دالة إحصائية بين صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في أشكال التفاعل مع اعتداءات "باريس، نيس، ستراسبورغ".

أهداف الدراسة:

تسـعي الدراسـة الحالية للتعرف على الهدف الرئيس الآتي، وهو: مُسـتويات التفاعل مع التغطية الإعلامية لقضـاياَ الإرهاب بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic".

وينبثق من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية التالية:

1- التعرف على مُسـتويات التغطية الإعلامية لقضـاياَ الإرهاب بصـفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic".

2- تبيان الفروق بين بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في أشكال التفاعل مع اعتداءات "باريس، نيس، ستراسبورغ".

أهمية الدراسة:

ترجع الأهمية النظرية للبحث إلى التركيز على مُسـتويات التفاعل مع التغطية الإعلامية لقضـاياَ الإرهاب بين صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" ومعرفة أشكال التفاعل معهاَ.

أما الأهمية التطبيقية للبحث فتتبُع من جانبين الأول: إجراء تحليل مضمون لقضاياَ الإرهاب عينة الدراسة بصـــفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" للتعرف على نوعية الأحداث الإرهابية ومُستويات التفاعل حولهاَ بكلاَ الصفحتين.

الدراسات السابقة:

دراسة تناولت القنوات الإخبارية:

ســعت دراســة أيمن محمد، إيمان محمود (2017م). إلى تحليل تغطية صــحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية للحرب على الإرهاب، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وتمثلت العينة التحليلية في عينة من المواقع الإلكترونية المصـــرية والأمريكية الموجهة باللغة بالعربية وهي بوابة "الأهرام"، اليوم الســابع، CNN، موقع قناة الحرة الأمريكية"، واعتمدت في جمع البيانات على أداة تحليل المضــمون وتوصــلت إلى: أنّ تغطية المواقع الإلكترونية لقضــية الحرب على الإرهاب عبر مقاطع الفيديو جاءت لصــالح موقع "اليوم الســابع" بنسبة (633.7%)، تلاه موقع "الأهرام" بنسـبة (28.8%)، ثم موقع "الحرة" بنسـبة (20.3%)، وأخيراً موقع "CNN" بنسبة (17.2%).

وفي سياق متصل سعت دراسة فالكهايمر، آخرون (Falkheime , others,2015). معرفة الكيفية التي أطرت بهاَ وســائل الإعلام النرويجية الهجمات الإرهابية في "أوســلوا، وجزيرة أوتوايا" والتي أســفرت عن مقتل 77 شخصاً، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب تحليل الخطاب، وتكونت العينة التحليلية من (924) مقالة إخبارية في صــحفيتين نروجيتين هماَ "Aftenposten and Dagbladet"، واعتمدت في جمع البيانات على أداة تحليل المضــمون، وتوصــلت إلى: أنّ تغطية الهجمات وصــفية جداً تركز على مرتكب الجريمة كفرد، حيث نفذ الهجوم على يد فرد طائش وليس إرهابياً ذا دوافع سياسية مرتبطة بالتطرف اليميني.

دراسات تناولت تفاعلية مواقع التواصل الاجتماعي:

هدفت دراســة إيمان محمد (2017م). التعرف على مدي تأثير الاتصــال التفاعلي لدى مُســتخدمي صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية على مستويات التفاعل مع القضـاياَ الدينية، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني، وتكونت عينة الدراسة الميدانية من (400) مفردة من طلاب

جامعتي القاهرة، المنياَ، بينماَ تمثلت العينة التحليلية في صـــفحتي قناة "D w الألمانية عربي"، وقناة"France 24 عربي"، وقناة France24 " لتحليل شـكل ومضـمون القضـاياَ الدينية ورصـد أنماط التفاعل حولهاَ، واعتمدت في جمع البيانات على أداتي الاستبانة وتحليل المضـمون، وتوصـلت إلى: وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصـائية بين تأثير الاتصـــال التفاعلي لمســـتخدمي صـــفحتي قناة "DW الألمانية عربي"، وقناة "France 24 عربي" ومدي تفاعلهم مع القضاياَ الدينية، حيث بلغت نتيجة معامل الارتباط (00.59)، وهي دالة عند مُستوي (0.01).

في حين ســعت دراســة كريســتينا أرشــيت (Cristina archeetti,2015). التعرف على الإرهاب بمعناه الحديث في ظل عصر الثورة المعلوماتية وشبكة الإنترنت من قبل الكيانات والتنظيمات الإرهابية التي خلقت شـكلاً جديداً من الإرهاب الإلكتروني، وتمثلت العينة التحليلية في بعض المواقع الإلكترونية التي تدعو للعنف على شبكة الإنترنت خلال عام 2011، 2012"، لتحديد ابرز الوسائل التي استخدمتهاَ هذه التنظيمات في إبراز رســائلها للجمهور، واعتمدت في جمع البيانات على أداة تحليل المضــمون، وتوصــلت إلى: أن التنظيمات الإرهابية أدركت قوة وســائل الإعلام الجديد، حيث اعتمدت عليها بشــكل كبير في تحقيق التواصــل بينها وبين الجهور ومن ابرزها يوتيوب وتوتير.

تعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منهاَ:

أتضح من الدراسات السابقة اهتمام المدرستين العربية والأجنبية بتفاعلية وسائل الإعلام التواصل الاجتماعي كونهاَ وسيلة تتيح للمُستخدم التفاعُل مع قضاياَ الإرهاب التي تتضمن الموضوعات ذات الصلة بالأحداث الإرهابية، فهي خاصــية للوســيلة والمســتخدم معاً، ومن هذه الدراســات دراســة **أيمن محمد، إيمان محمود (2017م)، إيمان محمد (2017م)، دراســة فالكهايمر، آخرون** (Falkheimer , others,2015)، **كريســتينا أرشــيت** (Cristina archeetti,2015)، **ومن** هناَ استفاد الباحثون من الدراسات السابقة في تحديد مُشكلة الدراسة، وأهدافهاَ، وفروضــهاَ، وتســاؤلاتهاَ، وعينتهاَ؛ حيثُ ترتبط الأطر النظرية للدارســات الســابقة التي تم التعليق عليهاَ في الدراسة الحالية بمُستويات التفاعل مع التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic".

أداة الدراسة التحليلية:

صحيفة تحليل مضمون من إعداد الباحث لتحليل مضامين قضاياً الإرهاب محل الدراسة بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، ورصد أنماط التفاعل حولهاَ، حيث تم التوصل للصياغة الأولية لتصميم استمارة تحليل المضمون، وعرضهاَ السادة المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام، وقام الباحث بإجراء التعديلات، حيث أصبحت صحيفة تحليل المضمون في صورتهاَ النهائية،كماَ طبقت صحيفة تحليل المضمون من خلال تحليل الموضوعات ذات الصلة بقضاياَ الإرهاب بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، حيث تحليل قضاياَ الإرهاب التي وقعت في الفترات 14يوليو 2016م، 11 ديسمبر 2018م، 12 مايو 2018م، وذلك طبقاً للمدة الزمنية لكل حدث.

التعريفات الخاصة بفئات التحليل التي تتضمنهاَ صحيفة تحليل المضمون:

بداية نُشير من هذا الهدف أو الدليل **بانَّه:** تفسير صياغات أو تعريفات إجرائية للمُصطلحات المستخدمة في الدراسة الحالية أي تحويل المفاهيم النظرية إلى مفاهيم إجرائية بشكل يُسهل عده أو قياسه أي قابل للتطبيق، وقد شملت صحيفة تحليل المضمُون فئة رئيسية وتسعة فئات فرعية؛ وفيماَ يلي عرض بسيط لتلك المفاهيم:

أولاً: **الفئة الرئيسية الخاصة بالمضمون:**

(أ) فئة مضامين قضاياَ الإرهاب بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وقسمهاَ الباحثون إلى: "اعتداءات باريس، اعتداءات نيس، اعتداءات ستراسبورغ".

ثانياً: التقسيمات الفرعية من ناحية الشكل :

اشتملت التقسيمات الفرعية لفئات التحليل على تسعة فئات فرعية تمثلت في:

1- فئة "الفنُون المرئية لقضاياَ الإرهاب بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة " France24 Arabic"، وقسمهاَ الباحثون إلى: (خبر، تقرير، تحقيق، مقال، كاريكاتير).

2- "فئة الوسائط المرئية المستخدمة في عرض لقضاياَ الإرهاب بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وقسمهاَ الباحث إلى: (مقاطع الفيديو، صور موضوعية، صور شخصية).

3- فئة "مصـــادر الموضـــوعات المتعلقة بقضـــاياً الإرهاب، وهي المصـــادر التي تم الاعتماد عليها في التغطية الإعلامية للقضاياً محل الدراسة، وقسمهاً الباحثون إلى:

أ- **مصادر الوسيلة وتشمل:** (صحف ووكالات الأنباء على شبكة الإنترنت، تقارير المراسلين والمندوبين، أشرطة فيديو يبثهاً مُنفذي الاعتداءات الإرهابية، "BBC Arabic"، "France24 Arabic".

ب- **مصادر المعلومات وتشمل:** (شهود عيان، لقاءات مع الضيوف داخل الأستوديو).

4- فئة "المدة الزمنية للوسـائط المسـتخدمة في عرض قضـاياً الإرهاب بصـفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وقسـمهاً الباحث إلى: (من 1: 5 دقائق، من 5: 6 دقائق، من 5: 7 دقائق).

5- فئة "أشـكال التفاعل مع قضـاياً الإرهاب بصـفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة " France24 Arabic"، وقسمهاً الباحثون إلى: (عدد تسجيلات الإعجاب -عدد التعليقات -عدد المشاركات).

6- فئة "اتجاهات التغطية للقضـــاياً الإرهاب بصـــفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة " France24 Arabic"، وهو اتجاه القناتين نحو التغطية الإعلامية للقضـاياً الإرهاب، وقسـمهاً الباحثون إلى: (سلبي، إيجابيي، مُحايد).

7- فئة "الفترة التي يُنشـــر فيهاً مضـــامين قضـــاياً الإرهاب بصـــفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وقسـمهاً الباحثون إلى: (الفترة الصباحية، فترة الظهيرة، الفترة المسائية، فترة السهرة).

إجراءات الصدق والثبات لصحيفة تحليل المضمون:

قام الباحثون بتحليل مضامين الموضوعات ذات الصلة بقضاياً الإرهاب بصفحتي قناة " BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وذلك لمدة أسبوع ثم قام الباحث بتوجيه أحد الباحثين في مجال الإعلام الذين لهم نفس خبرة الباحثون لتحليل المضامين قيد الدراسة في نفس الصفحتين، حيثُ شملت التوجيه بكيفية التعامل مع الاستمارة وتحليل مُفرداتهاَ، وتم حساب مُعامل الثابت باستخدام مُعادلة هلوستي =2م ن% ن1 +ن2، وذلك لحساب ثبات التحليل، وقد بلغ مُعامل الارتباط بين آراء المحللين الاثنين (96 %)، وهو مُعامل ارتباط دال إحصائياً يدل على وضوح صحيفة تحليل المضمون ومن ثم صلاحيتهاَ للتحليل،

عينة الدراسة التحليلية:

تتمثل عينة الدراســـة التحليلية في صـــفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، بموقع شبكة التواصـل الاجتماعي "فيسبوك"، وقد روعي في اختيار العينة أن تنتمي هذه المواقع إلى قطاع المواقع التي تُقدم أخبار يومية، **وفيماَ يلي عرض لتوصيف العينة:**

جدول (1): عينة الدراسة التحليلية

صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"	ك	%
صفحة قناة "BBC Arabic"	62	%51.66
صفحة قناة "France24 Arabic"	58	%48.34
الإجمالي	120	%100

ويتبين من الجدول السابق ماَ يلي:

إنَّ نسبة التغطية الإعلامية للقضاياَ محل الدراسة **كانت كالتالي:** صفحة قناة "BBC Arabic" في المركز الأول بنســبة (51.66%)، وتأتي في المركز الثاني صـــفحة قناة "France24 Arabic" بنســبة (47.83 %)، وتعكس هذه النتيجة ارتفاع نسـبة التغطية الإعلامية للقضـاياَ الإرهاب لصـالح صـفحة قناة "BBC Arabic"، ويرجع ذلك طبقاً لأسـلوب المؤسـسـة الإعلامية وتطور عملهاَ في التغطية الإعلامية للقضـاياَ من جانب موضـوعي يرتبط بالأحداث الجارية المختلفة على الصعيد المحلي والدولي.

نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراســة إلى الدراســات الوصــفية، والتي تهدف إلى معرفة مُســتويات التفاعل مع التغطية الإعلامية لقضـاياَ الإرهاب في القنوات الإخبارية على مواقع التواصـل الاجتماعي، وتسـتخدم هذه الدراسـة المنهج الوصـفي بأسـلوب تحليل المضـمون لتحليل مضـمُون التغطية الإعلامية لقضـاياَ الإرهاب بصـفحتي قناة " BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic".

حدود الدراسة:

الحدود الموضُوعية:

تقتصر على قضاياَ الإرهاب بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، والممثلة في اعتداءات "باريس، نيس، ستراسبوغ".

الحدود الزمنية:

هي الفترة التي استغرقهاَ الباحثون في تطبيق الدراسة التحليلية بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" والتي وقعت الفترات الممتدة 14يوليو 2016م، 11 ديسمبر 2018م، 12 مايو 2018م، وذلك طبقاً للمدة الزمنية لتغطية كل حدث.

مفاهيم الدراسة:

القنوات الإخبارية:

تعرف إجرائياً بأنهاَ: قنوات إخبارية تبث مضامينهاَ عبر الأقمار الصناعية وعبر صفحتهاَ على مواقع التواصل الاجتماعية.

مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف إجرائياً بأنهاَ: مجموعة من المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت مُمثلة في التطبيقات التفاعلية للويب 20 تستخدمهاَ وسائل الإعلام والمؤسسات المختلفة للتواصل بينهم في إطار تفاعلي.

المُتغير المُستقل:

التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب في القنوات الإخبارية.

المُتغير التابع:

الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب.

ثانيا-الإطار المعرفي والنظري للدراسة:

التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

هي سلسلة من ردود الأفعال بين المستخدمين والتماثل في القوي الاتصالية، حيث تعتمد على الفعل ورد الفعل حول المضامين الإعلامية التي تثير اهتمامهم (محمود محمد، دعاء عبد الفتاح، 2018، 218)، كماَ تُمكنهم من مُشاركة لمختلف الموضوعات السياسية في إطار تفاعلي تبادلي بينهم جميعاً في ظل مُناخ عال من الحرية بين المستخدمين (عبد الله سعد، 2019، 22).

في حين يعرفهاَ شميتز فايس ، والماوسيدو (Schmitz Weiss, De macedo goyce,2017) بأنهاَ: سمة من السمات الأساسية لوسائل الإعلام الإخبارية الإلكترونية، حيث تتيح لمستخدميهاَ تسجيل ردود أفعالهم علناً على مقطع فيديو أو مقالة إخبارية.

أشكال التفاعل مع قضاياَ الإرهاب بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة " France24 Arabic":

نظراً لحداثة ظاهرة التفاعلية في المجتمعات الافتراضية إلا إنهَّاَ سمة من السمات التي تتميز بهاَ التفاعلية في وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، وخاصة الصفحات الإخبارية التفاعلية مواقع التواصل الاجتماعي (محمود محمد، 2017، 57- 58).

كماَ تُعد وسيلة تفاعلية هامة للتفاعل مع قضاياَ الإرهاب، وخاصة التفاعل مع اعتداءات "باريس، نيس، ستراسبورغ" بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic":

وتتعد أشكال التفاعل مع اعتداءات "باريس، نيس، ستراسبورغ" (خالد مهدي، 2018، 59)، ومنهاَ:

1- تسجيلات الإعجاب LIKES records:

وتعني إظهار الأعجاب للمُحتوي الموجود على الموقع وهي مُتاحة بين الأصدقاء والمجموعات والقنوات المنضمين لهاَ.

2– التفاعُل عبر كتابة التعليقات Interaction through writing comments:

وتعني إمكانية كتابة التعليق على أي محتوي منشـور على الموقع، سـواء كان تعليقاً نصـياً أو تعليق على صـورة، حيث تُعتبر عن رد الفعل لماَ تم نشره أو مُشاهدته.

3- المشاركات Share:

وتعني مُشـاركة المستـخدمين للمُحتوي الموجود على موقع، حيث تهدف لتحويل المتلقي إلى عنصـر فعال نشـط ومُشـارك في العملية الاتصـالية عبر المشـاركات لهذه القضـاياَ على نطاقات واسـعة بين المسـتخدمين (May field, Anthony,2013).

شـبكة "الفيسـبوك" كوسـيلة تفاعلية لتغطية قضـايا الإرهاب بصـفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic":

هي شـبكات تتيح لمسـتخدمي وسـائل الإعلام الاجتماعي الحصـول على المعلومات والأخبار والتفاعل معهاَ من خلال التعليق عليها (ربية راكوران، 2018، 20)، فهي تُعد فضـاء لوسـائل الاعلام الاجتماعي للتعبير عن آرائهم حول القضـاياَ المختلفة (عبد الهادي بوربي، 2018، 115)، فالتفاعلية في وسـائل الإعلام والاتصـال تعتمد على الفعل ورد الفعل بين الأفراد المستخدمين المشاركين في العملية الاتصالية (Carrie Heeter. pp. 219-225)

وعلى قياس مدى استجابة الجمهور للرسـالة الاتصـالية والتأثر بهاَ، من خلال إبداء آراءهم تجاه القضـاياَ والأحداث (وسـام فاضـل، مهند حميد، 2017، 91-92).ومماَ سـبق يري الباحثان أنّ صـفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" يُمكنهاَ توظيف شـبكة "الفيسـبوك" في التغطية الإعلامية لقضـاياَ الإرهاب على النحو الآتي:

1– التغطية الإخبارية للأحداث المتعلقة باعتداءات "نيس، باريس، وستراسبوغ".

2– نشر الصور ومقاطع الفيديو المتعلقة باعتداءات "نيس، باريس، وستراسبوغ".

الإرهاب ومواقع التواصل الاجتماعي:

الإرهاب ظاهرة اجتماعيه خطيرة تهدد أمن الأفراد والدول واستقرار المجتمعات من خلال قيام التنظيمات المتطرفة بالتحريض على القيام بأعمال إرهابية عبر وسائل الاتصال الحديثة، وتتعدد تعريفات الإرهاب الإلكتروني ومنهاَ:

تعرفه خولة متعب (2019، 166) بأنّه: مجموعة من الممارسات التي تُعبر عن الإرهاب المادي وتتمثل هذه الأبعاد في المذابح الجماعية، إلقاء المتفجرات، الحرق، مُمارسة أعمال انتقامية مُختلفة والتخريب وغيرهاَ من الوسائل الإرهابية المختلفة.

في حين يُعرفه روبرت سميث Robert smith (2014 ,213) بأنّه: مجموعة من هجمات غير مشروعة أو تهديدات من الأفراد أو الدول عبر شبكة المعلومات المخزنة إلكترونياً توجه بغرض الإنترنت بغرض الانتقام أو إجبار الحكومات أو الشعوب على تحقيق أهداف سياسية أو اجتماعية مُعينة من أجل إثارة الرعب والخوف بين المواطنين.

أسباب الإرهاب:

هناك مجموعة من الأسباب التي تدفع الأفراد للقيام بأعمال إرهابية وهي:

1- الظروف الاجتماعية المحيطة بالفرد والناتجة عن الفقر هي من تقوده للإرهاب، إضافة إلى في وجود قوى دينية مُتطرفة تحرض على القيام بأعمال إرهابية مماَ يجعلهم يلجؤون للإرهاب لمقاومة تلك الظروف المحيطة بهم (David Patrick,2009,205).
2- التعصب الفكري والعرقي والديني (Nick Grothaus,2011).

أساليب الإرهاب الإلكتروني:

يري الباحثون أنّ هناك عدة أساليب تستخدمهاَ التنظيمات المُتطرفة للمُمارسة للإرهاب الإلكتروني، وهي:

1- البريد الإلكتروني.

2- مواقع التواصل الاجتماعي.

3- مواقع الإنترنت.

4- التطبيقات والتقنيات الحديثة.

ثالثا-نتائج الدراسة التحليلية:

أجريت الدراسة التحليلية على عينة من صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة " France24 Arabic" بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" وذلك للتعرف على مُستويات التفاعل مع الإعلامية للأحداث الإرهابية بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، والتي وقعت في الفترات 14يوليو 2016م، 11 ديسمبر 2018م، 12 مايو 2018م، وقد تم تحليل الموضوعات المرتبطة بقضاياً الإرهاب بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وفيماً يلي عرض لنتائج الدراسة التحليلية:

أولاً-تقسيم الفئات الرئيسة من حيثُ المضمون:

جدول (2):فئة التغطية الاعلامية لاعتداءات للقضاياً الإرهاب بصفحتي قناة "**BBC Arabic**"، وقناة "**France24 Arabic**"

التغطية الإعلامية للقضايا الإرهاب	**صفحة قناة " BBC Arabic"**		**صفحة قناة France24 Arabic"**	
	التكرار	**%**	**التكرار**	**%**
اعتداءات باريس	11	%28.20	9	%27.27
اعتداءات نيس	15	%38.47	13	%39.40
اعتداءات ستراسبورغ	13	%33.33	11	%33.33
الإجمالي	**39**	**%100**	**33**	**%100**

ويتبين من الجدول السابق ما يلي:

أ/–**بالنســبة لاعتداءات باريس:** حققت التغطية الاعلامية لاعتداءات باريس بصــفحة قناة "BBC Arabic" نسبة قدرهاَ (28.20%)، مُقابل نسبة (27.27%) لصفحة قناة "France24 Arabic".

ب/–**بالنســـــبة لاعتداءات نيس:** حققت التغطية الاعلامية لاعتداءات نيس بصـــفحة قناة France24 Arabic" نسبة قدرهاَ (38.47%)، مُقابل نسبة (39.40%) لصفحة قناة "BBC Arabic".

ج/–**بالنسـبة لاعتداءات ستراسـبورغ:** حققت التغطية الاعلامية لاعتداءات ستراسبورغ نسبة مُتساوية قدرهاَ (33.33%) لكل من صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic".

جدول(3):الوسائط المرئية المُستخدمة في تغطية قضايا الإرهاب بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"

الوسائط المرئية	صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"							
	صفحة قناة "BBC Arabic"				صفحة قناة France24 "Arabic			
	ك	اعتداءات باريس	اعتداءات نيس	لمجموع	ك	اعتداءات باريس	اعتداءات نيس	المجموع
مقاطع الفيديو	ك	5	4	9	ك	3	4	7
	%	%55.55	%44.45	%100	%	%42.85	%57.15	%100
صور موضوعية	ك	2	3	5	ك	1	2	3
	%	%40	%60	%100	%	%33.33	%66.67	%100
صور شخصية	ك	2	1	3	ك	1	1	2
	%	%66.67	%33.33	%100	%	%50	%50	%100

ويتبين من الجدول السابق ما يلي:

أ. حققت مقاطع الفيديو الخاصة باعتداءات باريس نسبة قدرهاَ (55.55%) من بين الوسائط المرئية الأخرى التي وظفتهاَ صفحة قناة "BBC Arabic" في تغطيتهاَ للشأن الفرنسي، في حين كانت نسبة توظيف مقاطع الفيديو في التغطية الإعلامية لاعتداءات نيس بالقناة ذاتهاَ تُمثل نسبة (37.5%).

وبالنسبة لصفحة قناة France24 Arabic"، فقد أعطت لمقاطع الفيديو الخاصة باعتداءات نيس أهمية أكثر من مثليتهاَ صفحة قناة "BBC Arabic" مُحققة نسبة قدرهاَ (57.15%)، فيماَ كانت نسبة توظيف مقاطع الفيديو في التغطية الإعلامية لاعتداءات باريس أقل من مثليتهاَ صفحة قناة " BBC Arabic" مُحققة نسبة قدرهاَ (42.58%).

ب. **بالنسبة للصور الموضوعية بصفحة قناة "BBC Arabic"**، فقد وظفت في التغطية الإعلامية لاعتداءات نيس محققة نسبة قدرهاَ (60%)، في حين كانت نسبة توظيف الصور الموضوعية في التغطية الإعلامية لاعتداءات باريس بالقناة ذاتهاَ تُمثل نسبة (40%).

وبالنسبة لصفحة قناة "France24 Arabic"، فقد أعطت للصور الموضوعية الخاصة باعتداءات نيس أهمية أكثر من مثليتهاَ صفحة قناة "BBC Arabic" مُحققة نسبة قدرهاَ (66.67%)، فيماَ كانت نسبة توظيف الصور الموضوعية في التغطية الإعلامية لاعتداءات باريس أقل من مثليتهاَ صفحة قناة " BBC Arabic" مُحققة نسبة قدرهاَ (33.33%).

ت. **بالنسبة للصور الشخصية** صفحة قناة "BBC Arabic"، فقد وظفت في التغطية الإعلامية لاعتداءات نيس محققة نسبة قدرهاَ (66.67%)، في حين كانت نسبة توظيف الصور الشخصية في التغطية الإعلامية لاعتداءات نيس بالقناة ذاتهاَ تُمثل نسبة (33.33%).

وبالنسبة لصفحة قناة "France24 Arabic"، فقد أعطت للصور الشخصية الخاصة باعتداءات باريس ونيس أهمية أكثر من مثليتهاَ صفحة قناة "BBC Arabic" مُحققة نسبة مُتساوية قدرهاَ (50%)، ويرجع ذلك نظراً لأهمية الأحداث التي ضربت المدن الفرنسية والتي أدت لأثارة الخوف والزعر بين المواطنين، ومن هناَ **يتضح لناَ**: أنّ هناك تقارب في توظيف الوسائط المرئية في التغطية الإعلامية لاعتداءات "باريس، ونيس" بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"،والتي جاءت على شكل

مقاطع الفيديو وصـور شـخصـية وموضـوعية، حيث أخذت مسـاحة كبيرة، ممّاَ يزيد من مصـداقية الأخبار المعروضـة عبر شـاشـة البرنامج، ويرجع توظيف كلاَ الصـفحتين للوسـائط المرئية في تغطية اعتداءات لاعتداءات "باريس، ونيس،" بنسـب مُرتفعة بهدف المشـاركة الجماهيرية الواسـعة في وسـائل الإعلام التفاعلي والتي تُعد العمود الفقري للصفحات الإخبارية على الشبكة.

جدول(4):الوسائط المرئية المُستخدمة في تغطية اعتداءات ستراسبورغ صفحتي قناة "BBC عربي"، وقناة "France24عربي"

الوسائط المرئية	بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"					
	صفحة قناة " BBC Arabic"			صفحة قناة France24 Arabic"		
	ك	اعتداءات ستراسبورغ	المجموع	ك	اعتداءات ستراسبورغ	المجموع
مقاطع الفيديو	ك	3	3	ك	4	4
	%	%100	%100	%	%100	%100
صور موضوعية	ك	2	2	ك	2	2
	%	%100	%100	%	%100	%100
صور شخصية	ك	1	1	ك	1	1
	%	%100	%100	%	%100	%100

ويتبين من الجدول السابق ماَ يلي:

أ/–حققت نسبة مقاطع الفيديو الخاصة باعتداءات ستراسبورغ نسبة قدرهاَ (100%) من بين الوسائط المرئية الأخرى التي وظفتهاَ صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في تغطيتهاَ للشأن الفرنسي.

ب/–بالنسبة للصور الموضوعية، فقد وظفت في التغطية الإعلامية لاعتداءات ستراسبورغ مُحققة نسبة قدرهاَ (100%) من بين الوسائط المرئية الأخرى التي وظفتهاَ صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة " France24 Arabic" في تغطيتهاَ للشأن الفرنسي.

ج/–بالنسبة للصور الشخصية، فقد وظفت في التغطية الإعلامية لاعتداءات ستراسبورغ مُحققة نسبة قدرهاَ (100%) من بين الوسائط المرئية الأخرى التي وظفتهاَ صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة " France24 Arabic" في تغطيتهاَ للشأن الفرنسي، ومن هناَ أنّ هناك تقارب في التغطية الإعلامية للقضاياَ محل الدراسة بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، ويرجع ذلك لأنّ وسائل الإعلام الشبكي تهدف لفتح مجال لتكون هناك علاقة جديدة بينهاَ وبين جمهورهاَ من خلال تحقيق التفاعل والحوار والمشاركة الجماهيرية الواسعة تجاه القضاياَ التي تثير اهتمامه، **ومن هناَ يتضح لناَ**: أنّ هناك تقارب في توظيف الوسائط المرئية في التغطية الإعلامية لاعتداءات "ستراسبورغ" بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة " France24 Arabic"، والتي جاءت على شكل مقاطع الفيديو وصور شخصية وموضوعية، حيث أخذت مساحة كبيرة، ممّاَ يزيد من مصداقية الأخبار المعروضة عبر شاشة البرنامج، ويرجع توظيف كلاَ الصفحتين للوسائط المرئية في تغطية اعتداءات لاعتداءات "باريس، ونيس،" بنسب مُرتفعة بهدف المشاركة الجماهيرية الواسعة في وسائل الإعلام التفاعلي والتي تُعد العمود الفقري للصفحات الإخبارية على الشبكة.

جدول (5):"مصادر التغطية الإعلامية لقضاياً الإرهاب بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة " France24 Arabic"

م	مصادر التغطية	صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة " France24 Arabic"			
		صفحة قناة " BBC Arabic"		صفحة قناة France24 Arabic"	
		ك	%	ك	%
	أولاً–مصادر الوسيلة:				
1	صحف ووكالات الأنباء على شبكة الإنترنت	15	%24.19	15	%25.86
2	تقارير المراسلين والمندوبين	18	%29.03	21	%36.20
3	اشرطة فيديو يبثهاَ منفذي الاعتداءات الإرهابية	9	%14.52	9	%15.52
4	صفحة قناة "BBC Arabic"	13	%20.97	–	–
5	صفحة قناة France24 Arabic"	–	–	7	%12.07
	ثانياً–مصادر المعلومات:				
6	لقاءات مع الضيوف داخل الأستوديو	–	–	–	–
7	شهود عيان	7	%11.29	6	%10.35
	الإجمالي	62	%100	58	%100

ويتبين من الجدول السابق ماَ يلي:

أنّ صفحة قناة "BBC Arabic" قد اعتمدت بالدرجة الأولي على تقارير المراسلين والمندوبين في حصولهاَ على الأخبار المتعلقة بقضاياَ الإرهاب، وقد جاءت بنسبة (29.03%)، تلاَ ذلك اعتمادهاَ على صحف ووكالات الأنباء على شبكة الإنترنت بنسبة (24.19%)، ثم صفحة قناة "BBC Arabic" بنسبة (20.97%)، ثم اشرطة فيديو يبثهاَ مُنفذي الاعتداءات الإرهابية بنسبة (14.52%)، وأخيراً شهود عيان بنسبة (11.29%)، في حين لم تحصل لقاءات مع الضيوف داخل الأستوديو على أي نسبة أي صفر %.

وبالنسبة لصفحة قناة France24 Arabic"، فقد اتفقت مع صفحة في نفس الترتيب للمصادر التي تستقي منهاَ الأخبار المتعلقة بقضاياَ الإرهاب، في المقدمة بنسبة (36.20%)، ثم صحف ووكالات الأنباء على

شبكة الإنترنت بنسبة (25.86%)، ثم أشرطة فيديو يبثها منفذي الاعتداءات الإرهابية بنسبة (15.52%)، ثم لصفحة قناة "France24 Arabic" بنسبة (12.07 %)، وأخيراً شهود عيان بنسبة (10.35%)، في حين لم تحصل لقاءات مع الضيوف داخل الأستوديو على أي نسبة أي صفر %، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج ماَ توصلت إله دراسة محمود محمد (2017،103)، حيث حصلت عبارة تقارير المراسلين والمندوبين على المركز الأول بنسبة (58.2%)، **ومن هناَ يتبين لناَ**: أنّ صفحة قناة "France24 Arabic" قد أعطت لمصادر الأخبار التي اعتمدت علهاَ في تغطية قضاياَ الإرهاب أهمية أكثر من مثليتهاَ صفحة قناة "BBC Arabic"، وذلك يدل على تعدد وتنوع مصادر الأخبار وارتفاع نسبة التغطية الإعلامية للاعتداءات الإرهابية التي وقعت بفرنساَ.

جدول (6):"المُدة الزمنية للوسائط المستخدمة في التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"

م	المُدة الزمنية	صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة " France24 Arabic"			
		صفحة قناة " BBC Arabic"		صفحة قناة France24 Arabic"	
		ك	%	ك	%
1	من 1: 3 دقائق	14	%70	11	%57.89
2	من3 : 5 دقائق	4	%20	6	%31.58
3	من5: 7 دقائق	2	%10	2	%10.53
الإجمالي		20	%100	19	%100

ويتبين من الجدول السابق ماَ يلي:

أنّ صفحة قناة "BBC Arabic" قد أبرزت المدة الزمنية للوسائط المرئية أثناء تغطيتهاَ لقضاياَ الإرهاب **والتي جاء كالتالي**: من 1: 3 دقائق في المقدمة بنسبة (70%)، تلاهاَ من3 : 5 دقائق بنسبة (20%)، وأخيراً من 5: 7 دقائق بنسبة (10%).

وبالنسبة لصفحة صفحة قناة France24 Arabic"، فقد اتفقت مع صفحة قناة " BBC Arabic" في نفس الترتيب المتعلق بإبراز المدة الزمنية للوسائط المرئية أثناء تغطيتهاَ لقضاياَ الإرهاب **والتي جاء**

كالتالي: من 1: 3 دقائق في المقدمة بنسبة (57.89%)، تلاهاً من3 : 5 دقائق بنسبة (31.58%)، وأخيراً من 5: 7 دقائق بنسبة (10.53%)، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج ماً توصلت إليه دراسة إيمان محمد (2017،39)، حيث حصلت عبارة من 2: 5 دقائق على المركز الأول بنسبة (57.15%)، بينماً جاءت في الدراسة الحالية في المركز الأول بصفحة برنامج قراءة في الصحافة العالمية بقناة "France24 عربي"، **ومن هناَ يتضح لناَ**: أنّ صفحة قناة "France24 Arabic" قد أعطت للمُدة الزمنية الخاصة بمقاطع الفيديو المستخدمة في التغطية الإعلامية لاعتداءات "باريس، نيس، ستراسبورغ" أهمية أكثر من مثليتهاَ صفحة قناة " BBC Arabic"، مع وجود تفوق لصالح صفحة قناة "BBC Arabic" في المدة الزمنية من 1: 3 دقائق، ويرجع ذلك لقصر المدة الزمنية لمقاطع الفيديو، فكلمّاَ كانت المدة الزمنية للفيديو قصيرة كلمّاَ كانت نسبة المشاهدة عالية.

جدول(7): أشكال التفاعل مع اعتداءات باريس ونيس بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"

أشكال التفاعل	صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"							
	صفحة قناة "BBC Arabic"				صفحة قناة "France24 Arabic"			
	ك	اعتداءات باريس	اعتداءات نيس	المجموع	ك	اعتداءات باريس	اعتداءات نيس	المجموع
عدد تسجيلات الإعجاب	ك	600	533	1133	ك	514	601	1115
	%	%52.95	%47.05	%100	%	%46.09	%53.91	%100
عدد التعليقات	ك	833	822	1655	ك	903	870	1773
	%	%50.34	%49.66	%100	%	%50.93	%49.07	%100
عدد المُشاركات	ك	255	311	566	ك	221	318	539
	%	%45.06	%54.94	%100	%	%41.01	%58.99	%100

ويتبين من الجدول السابق ماَ يلي:

بالنسبة لعدد تسجيلات الإعجاب: حققت نسبة تسجيلات الإعجاب الخاصة باعتداءات باريس نسبة قدرهاَ (52.95%) من بين أشكال التفاعل التي وظفتهاَ صفحة قناة "BBC Arabic" في التفاعل مع الشأن الفرنسي، في حين كانت نسبة تسجيلات الإعجاب لاعتداءات نيس بالقناة ذاتهاَ تُمثل نسبة قدرهاَ (47.05%)، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج ماَ توصلت إليه دراسة محمود محمد (2017،99)، حيث حصلت تسجيلات الإعجاب لمقاطع الفيديو السياسية على المركز الأول بنسبة (28%)، وجاءت أيضاً في الدراسة الحالية في المركز الأول.

وبالنسبة لصفحة قناة "France24 Arabic"، فقد أعطت لتسجيلات الإعجاب الخاصة باعتداءات نيس أهمية أكثر من مثليتهاَ صفحة قناة "BBC Arabic" مُحققة نسبة قدرهاَ (53.91%)، فيماَ كانت نسبة تسجيلات الإعجاب لاعتداءات باريس أقل من مثليتهاَ صفحة قناة "BBC Arabic" مُحققة نسبة قدرهاَ (46.09%)، ويرجع استخدام أداة الإعجاب على مضامين الفيديو السياسية لأنهاَ تُعد من أسهل أشكال التفاعل لدي الجمهور، وذلك لكونه جمهور مثقف واع ففي الغالب هو مُهتم بمُناقشة القضية والموضوع.

بالنسبة لعدد التعليقات: حققت نسبة التعليقات لاعتداءات باريس نسبة قدرهاَ (50.34%) من بين أشكال التفاعل التي وظفتهاَ صفحة قناة "BBC Arabic" في التفاعل مع الشأن الفرنسي، في حين كانت نسبة التعليقات لاعتداءات نيس بالقناة ذاتهاَ تُمثل نسبة قدرهاَ (49.66%)، ويرجع استخدام أداة التعليق لمضامين الفيديو السياسية لأنهاَ تُعبر عن رأي الجمهور بحرية تجاه قضاياَ الإرهاب.

وبالنسبة لصفحة قناة "France24 Arabic"، فقد أعطت للتعليقات الخاصة باعتداءات باريس أهمية أكثر من مثليتهاَ صفحة قناة "BBC Arabic" في مُحققة نسبة قدرهاَ (50.93%)، فيماَ كانت نسبة التعليقات لاعتداءات نيس أقل من مثليتهاَ صفحة قناة "BBC Arabic" مُحققة نسبة قدرهاَ (49.07%).

بالنسبة لعدد المُشاركات: حققت نسبة المشاركات الخاصة باعتداءات نيس نسبة قدرهاَ (54.94%) من بين أشكال التفاعل التي وظفتهاَ صفحة قناة "BBC Arabic" في التفاعل مع الشأن الفرنسي، في حين كانت نسبة المشاركات لاعتداءات باريس بالقناة ذاتهاَ تُمثل نسبة قدرهاَ (45.06%).

وبالنسبة لصفحة برنامج قراءة في الصحافة العالمية "France24 عربي"، فقد أعطت للمُشاركات الخاصة باعتداءات نيس أهمية أكثر من مثليتها صفحة قناة "BBC Arabic" مُحققة نسبة قدرها (58.99%)، فيما كانت نسبة المشاركات لاعتداءات نيس أقل من مثليتها صفحة قناة "BBC عربي" مُحققة نسبة قدرها (41.01%)، **ومن هنا يتبين لنا**: أنّ صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة ""France24 Arabic" تتفق تماماً في توظيف أشكال التفاعل للتفاعل مع اعتداءات "باريس، نيس" من قبل الجمهور ويأتي ذلك في ضوء الهجوم الذي وقع بمدينة نيس الفرنسية عندماَ قام رجل بقيادة شاحنة بضائع عمداً وصادم مجموعة من الناس، وذلك عندماَ كانوا يحتفلون بيوم الباستيل في مُتنزه الإنجليز، والذي أسفر عن مقتل 84 شخصاً، والهجمات التي وقت وسط العاصمة الفرنسية باريس والناتجة قيام شخص يحمل سكين بمُهاجمة عدة أشخاص في العاصمة الفرنسية باريس، ماَ أدى لسقوط سبعة جرحى، بينهم سائحان بريطانيان، وأربعة منهم إصاباتهم خطيرة، وبالتالي ارتفاع نسبة مُشاهدة والتفاعل والوصول للهدف المراد تحقيقه.

جدول(8): أشكال التفاعل مع اعتداءات ستراسبورغ بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"

أشكال التفاعل	صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"					
	صفحة قناة "BBC Arabic"			صفحة قناة "France24 Arabic"		
	ك	اعتداءات ستراسبورغ	المجموع		اعتداءات ستراسبورغ	المجموع
عدد تسجيلات الإعجاب	ك	457	457	ك	338	338
	%	%100	%100	%	%100	%100
عدد التعليقات	ك	710	710	ك	521	521
	%	%100	%100	%	%100	%100
عدد المُشاركات	ك	514	514	ك	467	467
	%	%100	%100	%	%100	%100

ويتبين من الجدول السابق ماَ يلي:

أ/–بالنسبة لعدد تسجيلات الإعجاب: حققت تسجيلات الإعجاب الخاصة باعتداءات "ستراسبورغ" نسبة قدرهاَ (100%) من بين أشـكال التفاعل التي وظفتهاَ صـفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في التفاعل مع الشأن الفرنسي.

ب/–بالنسبة لعدد التعليقات: حققت التعليقات لاعتداءات ستراسبورغ نسبة قدرهاَ (100%) من بين أشكال التفاعل التي وظفتهاَ صـفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في التفاعل مع الشـأن الفرنسي.

ج/–بالنسبة لعدد المُشاركات: حققت المشاركات لاعتداءات ستراسبورغ نسبة قدرهاَ (100%) من بين أشكال التفاعل التي وظفتهاَ صـفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في التفاعل مع الشـأن الفرنسي. **ومن هناَ يتبين لناَ**: أنّ صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" تتفق تماماً في توظيف أشكال التفاعل للتفاعل مع اعتداءات ستراسبورغ من قبل الجمهور، ويأتي ذلك في ضوء الهجوم المسلح الذي وقع في سوق بمدينة ستراسبورغ الفرنسية حيثُ أطلقَ شخص النار على حشدٍ من النّاس والذي أدى لمقتل 3 أشـخاص على الفور وتوفي آخر لاحقاً مُتأثراً بجروحه كماَ أصـيب في العملية 12 آخرين بجروح خطرة. وذلك نظراً لأهمية القضـية على الصـعيد المحلي والدولي، وبالتالي ارتفاع نسـبة مُشـاهدة والتفاعل والوصـول للهدف المراد تحقيقه.

جدول (9): اتجاهات التغطية الإعلامية لاعتداءات باريس ونيس بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"

اتجاهات التغطية الإعلامية	صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"							
	صفحة قناة "BBC Arabic"				صفحة قناة "France24 Arabic"			
	ك	اعتداءات باريس	اعتداءات نيس	المجموع	ك	اعتداءات باريس	اعتداءات نيس	المجموع
سلبي	ك	15	23	38	ك	21	19	40
	%	%39.47	%60.53	100	%	%52.5	% 47.5	100
إيجابي	ك	–	–	–	ك	–	–	–
	%	–	–	–	%	–	–	–
مُحايد	ك	5	2	7	ك	–	–	–
	%	%71.42	%28.58	%100	%	–	–	%100

ويتبين من الجدول السابق ماَ يلي:

-أنّ اتجاه صفحة قناة "BBC Arabic" في تناولهاَ لاعتداءات نيس كان اتجاه سلبي مُحققة نسبة قدرهاَ (60.53%)، ويأتي ذلك في ضوء الهجوم الذي وقع بمدينة "نيس" الفرنسية عندماَ قام رجل بقيادة شاحنة بضائع عمداً وصادم مجموعة من الناس، وذلك عندماَ كانوا يحتفلون بيوم الباستيل في مُتنزه الإنجليز، والذي أسفر عن مقتل 84 شخصاً ومقتل مُنفذ الهجوم على يد الشرطة الفرنسية، حيث تبنى تنظيم الدولة الإسلامية مسؤوليته عن الحادث فيماَ بعد، بينماَ كان اتجاه الأخبار التغطية الإعلامية لاعتداءات باريس سلبي بنسبة (39.47%).

بالنسبة لصفحة قناة France24 Arabic"، فقد أعطت للاتجاه الإيجابي الخاص بالتغطية الإعلامية لاعتداءات باريس أقل من مثليتهاَ صفحة قناة "BBC Arabic" مُحققه نسبة قدرهاَ (52.5%)، ويأتي ذلك في ضوء الهجوم الذي قيام شخص يحمل سكين بمُهاجمة عدة أشخاص في العاصمة الفرنسية باريس، ماَ أدى

لسقوط سبعة جرحى، بينهم سائحان بريطانيان، وأربعة منهم إصاباتهم خطيرة، حيث قامت الشرطة باعتقال المشتبه بتنفيذه الاعتداء، مؤكدة أنه ماَ من مؤشرات على طابع إرهابي للهجوم، فيماَ كانت نسبة الاتجاه السلبي في التغطية الإعلامية لاعتداءات نيس أكثر من مثليتهاَ صفحة قناة "BBC Arabic" مُحققة نسبة قدرهاَ (47.5%).

جدول (10):" اتجاهات التغطية الإعلامية لاعتداءات ستراسبورغ بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"

اتجاهات التغطية الإعلامية	**صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"**					
	صفحة قناة "BBC عربي"			**صفحة قناة "France24 Arabic"**		
	ك	**اعتداءات ستراسبورغ**	**المجموع**		**اعتداءات ستراسبورغ**	**المجموع**
سلبي	ك	14	14	ك	16	16
	%	%100	%100	%	%100	%100
إيجابي	ك	–	–	ك	2	2
	%	–	–	%	%100	%100
مُحايد	ك	3	3	ك	1	1
	%	%100	%100	%	%100	%100

ويتبين من الجدول السابق ماَ يلي:

-أنّ أتجاه صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في تناولهاَ لاعتداءات ستراسبورغ كان اتجاه سلبي مُحققاً نسبة قدرهاَ (100%)، ويأتي ذلك في ضوء الهجوم المسلح الذي وقع في سوق بمدينة ستراسبورغ الفرنسية حيثُ أطلقَ شخص النار على حشدٍ من النّاس والذي أدى لمقتل 3 أشخاص على الفور وتوفي آخر لاحقاً مُتأثراً بجروحه كماَ أصيب في العملية 12 آخرين بجروح خطرة.

جدول (11):"الفترة التي يُنشر فيهاَ مضمون التغطية الإعلامية لقضايا الإرهاب بصفحة قناة "**BBC Arabic**"

مدى الانتظام الفعلي والمتابعة			فترة نشر مضامين قضاياَ الإرهاب				المجموع
مُنتظم	غير مُنتظم	المجمُوع	الفترة الصباحية	فترة الظهيرة	الفترة المسائية	فترة السهرة	
			12-6	**6-12**	**12-6**	**6-12**	
20	42	62	20	5	21	16	62
32.26 %	%67.74	%100	%32.26	%8.06	%33.87	25.81 %	100 %

ويتبين من الجدول السابق ماَ يلي:

أن نسبة عدم الانتظام في نشر مضامين قضاياَ الإرهاب بصفحة **قناة "BBC Arabic"** كانت صاحبة المركز الأول بنسبة (67.74%)، تلاهاَ (مُنتظم) في المركز الثاني بنسبة (32.26%).

وبالنسبة للفترة التي ينشر فيهاَ مضامين قضاياَ الإرهاب، فقد كانت كالتالي: الفترة المسائية بنسبة (33.87%)، ثم الفترة الصباحية بنسبة (32.26%)، تلاهاَ فترة السهرة بنسبة (25.81%)، وأخيراً فترة الظهيرة بنسبة (**8.06**%)، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج ماَ توصلت إليه دراسة محمود محمد (2017، 105)، حيث حصلت عبارة عدم الانتظام في نشر المضامين الإخبارية على المركز الأول بنسبة (83.7%)، بينماَ جاء في الدراسة الحالية في المركز الأول.

جدول (**12**):"الفترة التي يُنشر فيهاَ مضمون التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب بصفحة قناة "**France24 Arabic**"

مدى الانتظام الفعلي والمتابعة			فترة نشر مضامين قضاياَ الإرهاب				المجموع
مُنتظم	غير مُنتظم	المجمُوع	الفترة الصباحية	فترة الظهيرة	الفترة المسائية	فترة السهرة	
			12–6	**6–12**	**12–6**	**6–12**	
20	38	58	23	14	3	18	58
%34049	%65.51	%100	%39.65	%24.13	%5.19	%31.03	%100

ويتبين من الجدول السابق ماَ يلي:

أن نسبة عدم الانتظام في نشر مضامين قضاياَ الإرهاب **بصفحة قناة "France24 Arabic"** كانت صاحبة المركز الأول بنسبة (65.51%)، تلاهاَ (مُنتظم) في المركز الثاني بنسبة (34.49%).

وبالنسبة للفترة التي ينشر فيهاَ مضامين قضاياَ الإرهاب، فقد كانت كالتالي: الفترة الصباحية بنسبة (39.65%)، ثم فترة السهرة بنسبة (31.03%)، تلاهاَ فترة الظهيرة بنسبة (34.13%)، وأخيراً فترة المسائية بنسبة (**5.19%**)، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج ماَ توصلت إليه دراسة إيمان محمد (2017،40)، حيث حصلت عبارة الفترة المسائية التي ينشر فيهاَ المضامين الإخبارية على المركز الثالث بنسبة (20.30%) بينماَ جاء في الدراسة الحالية في المركز الأول.

الفرض الأول:

ينص هذا الفرض على أنهُ: توجد فروق دالة إحصائية بين صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في مستويات التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب.

جدول (13): الفروق بين صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"

صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"	التكرار	كا2 المحسوبة	كا الجدولية
صفحة قناة "BBC Arabic"	**39**	**0.5****	**3.84**
صفحة قناة "France24 Arabic"	**33**		

ويتبين من الجدول السابق ما يلي: ** **دال عند مُستوي(0.01)**

توجد فروق غير دالة إحصائية بين صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في مستويات التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب، حيثُ تم استخدام مربع كاي للتحقق من صحة الفرض، وقد بلغت نسبة التكرارات المشاهدة (39، 33) مع الترتيب لكل من صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة " France24 Arabic"، وجاءت القيمة (0.5**)، وهي غير دالة عند مُستوي (0.01)، ويرجع الباحثون ذلك إلى أنّ الاهتمام بالتغطية الإعلامية لاعتداءات "باريس، نيس، ستراسبورغ" كان مُتساوياً بين الصفحتين، كماَ أنّ كا2المحسوبة أقل من كا الجدولية، **وبهذا لا نقبل الفرض القائل بأنهُ:** توجد فروق دالة إحصائية بين صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"

الفرض الثاني:

ينص هذا الفرض على أنهُ: توجد فروق دالة إحصائية بين صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في أشكال التفاعل مع اعتداءات "باريس، نيس، ستراسبورغ".

جدول (14): دلالة الفروق الإحصائية بين صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، في أشكال التفاعل مع القضاياَ محل الدراسة

الفروق بين أشكال التفاعل مع قضايا الإرهاب	صفحة قناة " BBC Arabic"	صفحة قناة "France24عربي"	كا2المحسوبة	كا الجدولية	مُستوي الدلالة
	التكرار	التكرار			
اعتداءات باريس	1688	1638	**0.74****	**3.84**	**0.01**
اعتداءات نيس	1666	1789	**4.36****	**3.84**	**0.01**
اعتداءات ستراسبورغ	**1681**	**1325**	**42.16****	**3.84**	**0.01**

دال عند مُستوي (0.05)** * دال عند مُستوي (0.01)**

ويتبين من الجدول السابق ماَ يلي:

-توجد فروق غير دالة إحصـــائية بين صـــفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"في أشكال التفاعل مع اعتداءات "باريس"، حيث تم استخدام مُربع كاي للتحقق من صحة الفرض، وقد بلغت نسبة التكرارات المشـــاهدة لأشـــكال التفاعل (1688، 1638) مع الترتيب لكل من صـــفحتي قناة " BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وجاءت القيمة (0.74**)، وهي غير دالة عند مُســـتوي (0.01)، **وبهذا لا نقبل القائل بأنه:** توجد فروق دالة إحصـــائية بين صـــفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في أشـــكال التفاعل مع اعتداءات "باريس"، ويرجع الباحثون ذلك إلى أنّ نســـبة الاهتمام بالتغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب كانت مُتساوية بكلاَ الصفحتين نظراً لأهمية هذه القضاياَ على الصعيد المحلي والدولي.

-توجد فروق دالة إحصائية بين صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في أشكال التفاعل مع اعتداءات "نيس" وفي اتجاه صـــفحة قناة "France24 Arabic"، حيث تم اســـتخدام مُربع كاي

للتحقق من صحة الفرض، وقد بلغت نسبة التكرارات المشاهدة لأشكال التفاعل (1666، 1789) مع الترتيب لكل من صـــفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وجاءت القيمة (4.36**)، وهي دالة عند مُســتوي (0.01)، **وبهذا نقبل الفرض القائل بأنه:** توجد فروق دالة إحصــائية بين صــفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"في أشكال التفاعل مع اعتداءات "نيس"، ويرجع الباحث ذلك إلى اهتمام الجمهور الواعي بمُتابعة القضــية أكثر والتفاعل معهاَ في الصــفحة الفرنســية لكاتب مُتخصــص في الشأن السياسي وغير مؤدلج ويحظى بثقة المتابعين، وهذا يدل على ارتفاع نسبة التفاعل مع القضية سابقة الذكر.

-توجد فروق دالة إحصائية بين صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في أشكال التفاعل مع اعتداءات "ستراسبورغ" وفي اتجاه صفحة قناة "BBC Arabic"، حيث تم استخدام مُربع كاي للتحقق من صحة الفرض، وقد بلغت نسبة التكرارات المشاهدة لأشكال التفاعل (1681، 1325)، مع الترتيب لكل من صـفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وجاءت القيمة (42.16**)، وهي دالة عند مُســتوي (0.01)، **وبهذا نقبل الفرض القائل بأنه:** توجد فروق دالة إحصــائية بين صــفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في أشكال التفاعل مع اعتداءات "نيس"، ويرجع الباحث ذلك إلى اهتمام الجمهور الواعي بمُتابعة القضــية أكثر والتفاعل معهاَ في الصــفحة الإنجليزية لكاتب مُتخصــص في الشأن السياسي وغير مؤدلج ويحظى بثقة المتابعين، وهذا يدل على ارتفاع نسبة التفاعل مع القضية سابقة الذكر.

نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

بعد القيام بإجراء الدراسة التحليلية توصلنا إلى مجموعة من النتائج ومن أهمهاَ:

-وجود فروق غير دالة إحصائية بين صفحتي قناة ""BBC Arabic، France24 Arabic""في مستويات التغطية الإعلامية لقضــاياَ الإرهاب، حيثُ تم اســتخدام مربع كاي للتحقق من صــحة الفرض، وقد بلغت نســبة التكرارات المشـاهدة (39، 33) مع الترتيب لكل من صـفحتي قناة "BBC عربي"، وقناة "France24عربي"، وجاءت القيمة (0.5**)، وهي غير دالة عند مُستوي (0.01).

-وجود فروق غير دالة إحصـــائية بين صـــفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في أشـكال التفاعل مع اعتداءات "باريس، حيث تم استخدام مُربع كاي للتحقق من صـحة الفرض، وقد بلغت نسـبة

التكرارات المشاهدة لأشكال التفاعل (1688، 1638) مع الترتيب لكل من صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وجاءت القيمة (0.74**)، وهي غير دالة عند مُستوي (001).

وجود فروق دالة إحصائية بين صفحتي قناة ""France24 Arabic ،BBC Arabic" في أشكال التفاعل مع اعتداءات "نيس" وفي اتجاه صفحة قناة 'France24 Arabic"، حيث تم استخدام مُربع كاي للتحقق من صحة الفرض، وقد بلغت نسبة التكرارات المشاهدة لأشكال التفاعل (1666، 1789) مع الترتيب لكل من صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وجاءت القيمة (4.36**)، وهي دالة عند مُستوي (0.01).

-وجود فروق دالة إحصائية بين صفحتي قناة "France24 Arabic ،BBC Arabic" في أشكال التفاعل مع اعتداءات "ستراسبورغ" وفي اتجاه صفحة قناة "BBC Arabic"، حيث تم استخدام مُربع كاي للتحقق من صحة الفرض، وقد بلغت نسبة التكرارات المشاهدة لأشكال التفاعل (1681، 1325)، مع الترتيب لكل من صفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وجاءت القيمة (42.16**)، وهي دالة عند مُستوي (0.01).

خاتمة:

حاول الباحثان من خلال هذه الدراسة معرفة مُستويات التفاعل مع التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic"، وماَ الفروق بين بصفحتي قناة "BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في أشكال التفاعل مع اعتداءات "باريس، نيس، ستراسبورغ".
وذلك باستخدام المنهج الوصفي بأسلوب تحليل المضمون، كماَ يتحقق الهدف الرئيسي للدراسة التحليلية من خلال رصد أنماط التفاعل حول اعتداءات "باريس، نيس، ستراسبورغ"، وذلك لتبيان الفروق بين بصفحتي قناة " BBC Arabic"، وقناة "France24 Arabic" في أشكال التفاعل مع اعتداءات "باريس، نيس، ستراسبورغ".

ومن هنا نختتم دراستناَ بالقول إنّ وسائل الإعلام التفاعلي لهاَ تأثير كبير في التغطية الإعلامية لقضاياَ الإرهاب وتكوين أراء واتجاهات الجمهور نحوهاَ لذلك أصبح من الضروري التصدي لهذه الظاهرة الخطيرة التي تُهدد أمن واستقرار المجتمعات، لأنّ القادم من وراء هذه الظاهرة مؤلم لمجتمعاتناَ وهو ماَ عكسه التفاعل القوي مع التغطية

الإعلامية للأحداث الإرهابية التي وقعت "بباريس، نيس، ستراسبورغ" ولا يُمكن مواجهة هذه الظاهرة دون العمل على زيادة نسبة الاهتمام بهاَ في البيئة الإعلامية التفاعلية وجعلهاَ ضمن الموضوعات الهامة بالنسبة لجمهور وسائل الإعلام الاجتماعي وتوعيته بأهمية هذه الظاهرة ومدي خطورتهاَ على أمن المجتمعات، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات ومن أهمهاَ:

1-تعزيز التعاون الإعلامي بين المؤسسات الإعلامية المختلفة لمكافحة هذه الظاهرة من خلال إنشاء قاعدة إعلامية حول ظاهرة الإرهاب والعمل على تحليل المعلومات لمحاصرة الإرهابين إعلامياَ وثقافياً.

2-التأكيد على ضرورة اهتمام وسائل الإعلام بعمل حملات توعية للشباب تجاه هذه الظاهرة وأخطارهاَ على الدول والمجتمعات، إضافة إلى التعريف بقيم وسماحة الإسلام وأنّ الإسلام بريء من كل هذه الأفعال.

3-توظيف القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر سماحة الإسلام.

4-دور القائم في بالاتصال في تصحيح الخطاب الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

قائمة المصادر والمراجع:

أولا-المراجع العربية:

-أيمن محمد، إيمان محمود (2017). الحرب على الإرهاب كما تعكسـهاَ صـحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصـرية والأمريكية الموجهة بالعربية، **بحث منشـور في المجلة المصـرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 58، سبتمبر، 2017م.

-إيمان محمد أحمد (2017). تأثير الاتصـال التفاعلي لدى مُسـتخدمي صـفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشـبكات الاجتماعية على التفاعل مع القضـاياَ الدينية، **بحث منشـور في المجلة المصـرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 59، نوفمبر2017م.

-خولة متعب سـليم التخاينة (2019). توظيف التكنولوجيا في خدمة الإرهاب مواقع التواصـل الاجتماعي نموذجاً"، **بحث منشور في مجلة العلوم الاجتماعية**، الكويت: جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، المجلد 47، العدد 1، يناير 2019م.

-خالد مهدي حامد الشـاعر (2018م). المعالجة في قنوات اليوتيوب ومدى إدراك الجمهُور المصـري لها، **رسـالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون.

-ربية راكوران مصطفي (2018). التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بحث منشور في المجلة العربية للإعلام والاتصـال، **بحث منشـورة في المجلة العربية للإعلام والاتصـال**، الجمعية السـعودية للإعلام والاتصـال، العدد السادس عشر، نوفمبر 2016م 1438هـ.

-عبد الله سـعد العنري (2019). علاقة تعرض الشـباب الكويتي لمواقع التواصـل الاجتماعي بالوعي السـياسـي لديهم، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون.

-عبد الهادي بوربي (2018). تفاعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك مع القضايا ذات الشأن العام بين التمثيل والنقاش، **بحث منشـور في مجلة الحكمة للدراسـات الإعلامية والاتصـالية**، الجزائر: مؤسـسـة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، العدد 13، المجلد 13، يونيه 2018م.

-محمود محمد أحمد، دعاء عبد الفتاح محمد (2018). مستويات تفاعل الحجاج والمعتمرين مع مناسك الحج والعمرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، **ورقة بحثة مقدمة للملتقي العلمي الثامن عشر لأبحاث الحج والعمرة والزيارة**، المملكة العربية السعودية: جامعة أم القري، معهد خادم الحرمين الشرفين، في الفترة 1- 5-16 شعبان "1-2 مايو 2018م".

-وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي (2017). **الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة**، العين: دار الكتاب الجامعي.

ثانياً المصادر والمراجع الأجنبية:

-Cristina archeetti (2015). Understanding terrorism the age of aural media accommodation approach international journal of communication, volpp786-798.

-Carrie Heeter. Op.cit. pp. 219-225.

-David Patrick Houghton (2009). Political Psychology, Routledge, New York, 2009, p p205.

-Falkheimer , others. (2015). Depoliticizing Terror: The news framing of the terrorist attacks in Norway, 22 July 2011. Media, War , Conflict. Apr 2015 ,Vol. 8 Issue 1, p70-85. 16p.

-Mayfield, Anthony.(2013). What is Social Media? (Online resource: ICrossing. Available on the website of 5/10/2013:
http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf

-Nick Grothaus (2011). Causes of Terrorism, Hand of Reason, on:
http://handofreason.com/2011/featured/causes-of-terrorism

-Robert smith (2014). The cyber terrorism tbrtat to critical infrastructure master this faculty of Utica college august2014, p13.

-Schmitz Weiss، De macedo goyce(2017). Compressed dimensions in digital4media occupations: journalism in transformation, journalism: theory, practice, criticism, vol-10,NO-5,16SEPTAMPER,PP593,Avalibale/at:
http//www.sagepub.co.uk/gournalspermission,nav ,recevedat:13-12-2017.

فاعلية استخدام منصات الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل طالبات المرحلة الجامعية مع مادة مناهج البحث العلمي: دراسة نوعية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز

The Effectiveness of Using Digital Media Platforms on College Students' Engagement in Research Methods Courses:

– A Qualitative Study of King Abdulaziz University-

د/ أفنان عبد الله بكر قطب[1]

الملخص:

يُحجم بعض العاملين في سلك التعليم الجامعي عن استخدام الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي تحديدا في الفصول الدراسية لكونها تستخدم عادة لإشباع دوافع التسلية والتفاعل الاجتماعي. إلا أن التواصل عبر المنصات الرقمية أصبح الطريقة الدارجة التي يستخدمها المتعلم الحالي. قامت هذه الدراسة باستخدام محتوى الإعلام الرقمي كتغريدات تويتر ومقتطفات من تطبيق سناب شات مرتبط بالمحتوى التعليمي من خلال إدراجه في منصة إدمودو التعليمية. يركز البحث الحالي على فاعلية استخدام المنصات الرقمية ومحتوى الإعلام الرقمي في فصول المراحل الجامعية في مادة مناهج البحث والتي تم تطبيقها على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز.

وهدفت الدراسة للتعرف على تأثير المنصات الرقمية التعليمية في العملية التعلمية التفاعل مع المحتوى التعليمي وكذلك التفاعل مع الأستاذة والأقران. تم تطبيق الدراسة في مادة مناهج بحث على عينة عددها 75 من طالبات جامعة الملك عبد العزيز من كلية الاتصال والإعلام تخصصهم علاقات عامة. استخدمت هذه الدراسة المنهج النوعي إذ اعتمدت على الملاحظة الرقمية للتفاعل مع المحتوى التعليمي ومع الأقران في المنصة التعليمية. أظهرت النتائج أن الطالبات أكثرا تفاعلا في الفصول التي استخدمت المنصات الرقمية في عدة نواحي كاستخدام التفكير الناقد، تقديم تغذية راجعة، التعبير عن الآراء، تحفيز الطالبات الخجولات على المشاركة. كذلك ثبت أن المنصات الرقمية المستخدمة « Edmodoو Kahoot " حققت أهداف تعليمية متباينة ففي حين تميز "ادمودو" في تحقيق التفاعل مع المحتوى التعليمي والتعبير عن الآراء خارج أوقات المحاضرة، حفز كاهوت مهارات الاستدعاء والتعرف على المعلومات السابقة بالإضافة لتحديد المواطن التي أُشكل فهمها على المتعلم. ولذلك توصي الدراسة باستخدام المنصات الرقمية في التعليم العالي للحصول على مخرجات تعلم أفضل وزيادة دافعية الطالبة للتعلم وتفاعلها مع المحتوى العلمي.

الكلمات المفتاحية: استخدام/فاعلية/منصات الإعلام الرقمي/ مناهج البحث

* - **الأستاذ المساعد بكلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز –السعودية** aqutub@kau.edu.sa

Abstract
Some professionals are reluctant to use digital media and social media sites specifically in the classroom because they are commonly used to satisfy the motivations for entertainment and social interaction. However, communication across digital platforms has become the method used by the current learner. This study used digital media contents such as Twitter and Snapchat that are related to the educational content by including it on the Edmodo educational platform. The current research focuses on the effectiveness of the use of digital platforms and digital media content in undergraduate classes in Research Methods course, which have been applied to a sample of King Abdul-Aziz University students.

The study aimed to identify the impact of digital platforms in the learning process interacting with educational content as well as interacting with teachers and peers. The study included a sample of 75 students from King Abdul-Aziz University from the Faculty of Communication and Media specialized in public relations. This study used the qualitative approach by relying on digital observation to interact with educational content and with peers in the educational platform. The results showed that female students were more interactive in classes that used digital platforms in many respects such as using critical thinking, providing feedback, expressing opinions, and motivating students to participate. The digital platforms Edmodo and Kahoot have also been shown to achieve different educational objectives, while Edmodo has excelled in achieving interaction with educational content and expressing opinions outside of lecture times, Kahoot motivated recall skills and identified previous information as well as signaling sections that needed further memorization. The study therefore recommends using digital platforms in higher education to obtain better learning outcomes and increase student motivation to learn and interact with scientific content.

Key words: The use/ Effectiveness/ Digital Media Platforms/ Research Method

مقدمة

تعد منصة إدمودو التعليمية Edmodo Platform أحد أهم المنصات الاجتماعية المخصصة للجوانب التعليمية. (الجهني وسعيد، 2019). و يتجاوز عدد المشتركين في المنصة 91 مليون مشترك من كافة دول العالم (2018, Edmodo). وتمتاز المنصة بعدة خصائص تتيح التفاعل في العملية التعليمية مثل إمكانية إنشاء استطلاعات الرأي، إرسال الواجبات والاختبارات، توفير تغذية راجعة، تخزين المحتوى، تعيين الدرجات. (2012, Kongchan). بالإضافة لما سبق تتيح منصة إدمودو مشاركة المحتوى السمعي والمرئي وإمكانية التعليق عليه، كذلك إمكانية تقسيم الصف لمجموعات صغيرة، وطباعة تقارير بدرجات الطلاب. ويتطلب استخدام المنصة اتصال بشبكة الإنترنت للدخول على الموقع الإلكتروني للمنصة أو تطبيق إدمودو عبر الأجهزة الذكية.

أما برنامج كاهوت Kahoot فهو أحد برامج التقييم الإلكتروني التي يستخدمها الأساتذة والمتعلمين في مراحل تعليمية متفاوتة للتعرف على أثر التعلم ومهارات التذكر. ويعتمد كاهوت على أسلوب المتعة واللعب من خلال تقديمه جملة من الأسئلة التي يُعدها المعلم ويطلب من الطلاب الإجابة عليها بشكل فردي أو كمجموعات (الزيد، 2019). تظهر النتائج على شاشة العرض مما يثير روح التنافس بين الطلاب. أسس كل من جامي بروكي، جون براند ، فيليب مورجان، ومورتن فيرسفيك برنامج كاهوت عام 2013 في النرويج إلا أنه يدعم اللغة العربية . (Takahashi, 2017)

المتعلم الجامعي المعاصر لا تنقصه المعلومة إذ يتوفر لدى غالبية الجامعيين هواتف ذكية تحتوي على محركات بحث كجوجل تتيح لهم كم هائل من المعلومات بل وإمكانية التحقق مما يتم طرحه في المحاضرة! ولذا يكمن التحدي في خلق بيئة تعليمية تفاعلية تستحدث مهارات التفكير الناقد وتوظف المفاهيم النظرية في الواقع وتُسخر الإعلام الرقمي وموارده لتحسين جودة التعلم. وقد أشادت كل من رؤية المملكة 2030 بالإضافة لنتائج الدراسات التربوية لضرورة دمج التقنية في التعليم لما لها من فاعلية في التعليم ولمواكبة مهارات وقدرات المتعلم الحالي (Garrison & Vaughan, 2008). ولذلك فإن الخروج عن النمطية في التدريس أصبحت ضرورة ملحة ولم تعد ميزة إضافية أو حاجة ثانوية (حريري، ٢٠١٠).

على الرغم من تنوع المنصات التعليمية الرقمية المتباينة في خصائصها وامكانياتها، لايزال التعليم الجامعي لاسيما في التخصصات النظرية يرتكز على الأسلوب التقليدي وهو القاء المحاضرات. وتشير الدراسات السابقة لفاعلية استخدام التقنية في العملية التعليمية ((Husen, 2018. ومن هذا المنطلق تبحث الدراسة الحالية في مدى جدوى استخدام منصة إدومود في العملية التعليمية لمعرفة انعكاسها على مخرجات التعلم وتفاعل المتعلمين. كذلك تحاول هذه الدراسة فهم جوانب وأبعاد فاعلية المنصة في البيئة التعليمية. إدمودو عبارة عن منصة تعليمية اجتماعية مجانية

توفر بيئة تفاعلية للمعلم والمتعلمين وتمكن المعلم من تبادل المحتوى التعليمي متعدد الوسائط، انشاء الاختبارات وتصحيحها آليا، وإضافة الواجبات المنزلية والمناقشات على المنصة (Thongmak, 2013) .

بالإضافة لما سبق، يُد التوجه نحو التعلم الإلكتروني ودمج أدوات التقنية في العملية التعليمية من أبرز جوانب رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية في قطاع التعليم. فالتقنية الحديثة على اختلافها من مكتبات رقمية، أدوات تعليمية رقمية، مواقع الانترنت، معامل حاسب آلي وابتكار جميعها وسائل مُعينة لتطوير وإثراء العملية التعليمية إذا تم توظيفها لخدمة أهداف المقرر التعليمي الجامعي.

وبالنظر لواقع الطالب الجامعي نجد أنه يقضي جُل وقته في استخدام الهاتف الذكي لأغراض تعليمية وترفيهية على السواء. وقد ندد الباحثون بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أهم أدوات التعلم الإلكتروني في المنظمات التربوية الحديثة لكونها تتيح المجال لتعزيز النقاش ولما توفره من خدمات كإمكانية مشاركة المحتوى متعدد الوسائط. ولذلك أوصت الدراسات باستخدامها في المقررات الدراسية لإنجاز المشاريع البحثية والإجابة على الاختبارات ونقل المحاضرات (أحمد، وأمين، 2018؛ همشري، 2017). وفي هذه الدراسة تم التركيز على كيفية دمج محتوى مواقع التواصل الاجتماعية في منصة إدمودو التعليمية لتحفيز مهارات التفكير العليا، زيادة تفاعل الطلبة مع المحتوى والأقران، متابعة إنجاز المشاريع البحثية. كذلك تم استخدام كاهوت لتتمكن الطالبات من تقييم معرفتهن بمفاهيم المادة واستدراك الجزئيات التي تتطلب مزيدا من الاستذكار أو الاستفسار.

التساؤل الرئيسي للدراسة:

ما مدى فاعلية استخدام منصات الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الطالبات الجامعيات مع محتوى مادة مناهج البحث العلمي؟

تساؤلات الدراسة

1- ما مدى فاعلية استخدام منصتي إدمودو وكاهوت في المواد النظرية في الفصول ذات الأعداد الكبيرة؟
2- ما دور إدمودو في تفاعل الطالبات مع محتوى مادة مناهج البحث؟
3- ما دور كاهوت في تفاعل الطالبات مع محتوى مادة مناهج البحث؟

الإطار النظري:

تم الاستناد لنظرية الاستخدامات والاشباعات وهي أحد نظريات الاتصال الجماهيري والتي نشأت عام 1974 على يد كلًا من كاتزKatz، بلوميرBlumer، و Gurevitchجوريفتش. تهدف النظرية لفهم كيف يستخدم الأفراد وسائل الإعلام كما تهدف لفهم دوافع التعرض والتفاعل في وسيلة إعلامية محددة. وبالنظر للدراسة

الحالية، يتُوقع أن تقوم الطالبات باستخدام المنصة إدمودو لإشباع الدوافع المنفعية كالتعلم واكتساب المهارات بالإضافة للدوافع الطقوسية كالتفاعل الاجتماعي مع المعلمة والأقران من خلال الاتصال الرقمي، المتعة، والتسلية.

الدراسات السابقة:

توفر الشبكات الاجتماعية فوائد مختلفة للإعدادات التعليمية. وعلى الرغم من أن منصة إدمودو تتشابه مع منصة فيس بوك إلا أن منصة فيس بوك ليست مناسبه للفصول الدراسية نظرا لافتقارها إلى الشواغل المتعلقة بالخصوصية حيث يمكن لأي شخص تصفح حسابات فيس بوك. في المقابل، تعتبرEdmodo شبكة اجتماعية خاصة آمنة للمتعلمين والمعلمين إذ يوفر إدمودو رمزا خاصا لكل فصل ويسمح لأشخاص محددين بالدخول للمجموعة وتصفح المحتوى (Thongmak, 2013).

بالإضافة للخصوصية، تتميز منصة إدمودو التعليمية بعدد من المزايا لكل من المعلم والمتعلم مثل كونها منصة مجانية لا تتطلب أن ينتمي مستخدمها لمؤسسة تعليمية أو تقتصر إتاحتها على مدة معينة مما يعني أن مستخدمها يمكن استخدامها مدى الحياة. كذلك تشبه واجهة إدمودو الرقمية واجهة فيس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي المحببة لدى المتعلم الحالي. سهولة استخدامه سواء من خلال تطبيق الجوال أو من خلال الموقع الالكتروني حسب التقنية المتوفرة. وتعد المنصة الرقمية مميزة للمعلم لإمكانية إنشاء مكتبة على المنصة تمكن المعلم من إدراج جميع المحتويات، العروض، روابط، صور، اختبارات غيرها مما يرتبط بالمقرر الدراسي مما يسهل إعادة الرجوع إليها في المجموعات المختلفة وفي الفصول الدراسي القادمة. كذلك يُتيح إدمودو إمكانية إدراج صور أو روابط أو محتويات لمكتبك الشخصية عن طريق تطبيق إدمودو عن طريق الجوال. والأهم من ذلك يتيح تفعيل التعلم المدمج أو الفصول المقلوبة حسب رؤية المعلم، أهداف المقرر، توفر التقنية لدى المتعلمين كما سيتم التطرق لذلك بالتفصيل عدا عن مناسبته لفئات عمرية متباينة (ابتدائي–طلبة جامعة).

وتعد خاصية إضافة تطبيقات وألعاب تعليمية جاهزة حسب المادة من متجر إدمودو وتحميلها على حسابك مما يمكن الطلاب من استخدامها من المزايا التي تتفق مع الدراسات الداعمة لدور التلعيب الإيجابي في العملية التعليمية (الشنقيطي، 2019). أما إمكانية التواصل مع شبكة من المعلمين الذين يستخدمون إدمودو وتقنيات أخرى في التعلم المدمج والاستفادة من خبراتهم، ومشاركة تجاربك معهم في استخدام المنصة تعد من المزايا التي تساعد المعلم على إضافة أساليب وأفكار جديدة غير السبل الروتينية التي اعتاد عليها لسنوات. أما إمكانية استخدام أوسمة رقمية تشجع الطلاب على أداء أفضل وتثير روح التنافس بينهم لاسيما مع بقاء الأوسمة ظاهرة على المنصة طوال الفصل الدراسي. أما إمكانية دعوة أولياء الأمور للمنصة حتى على اضطلاع بأداء الطالب في المادة والتطبيقات ومعرفة

مواعيد الاختبارات والواجبات والدرجات التي يحصل عليها فتعتبر مفيدة في المراحل الابتدائية. وأخيرا يتيح إدمودو للمعلم التحكم بالمحتوى وبالأعضاء الموجدين في المنصة من خلال رمز المجموعة.

وبالنظر لتفضيل الطلاب لاستخدام منصة إدمودو، أثبتت الدراسات السابقة أن الطلاب يجدون منصة إدمودو سهلة الاستخدام وينظرون إليها كمنصة ممتعة وذلك لدعمها لاستخدام المنتديات والمناقشات والأنشطة على الإنترنت. ولذلك أوصت الدراسة المعلمين بإعادة النظر في الطريقة والأساليب المستخدمة في العملية التعليمية حيث أن توظيف ادمودو في التعليم أظهر مسؤولية المتعلمين تجاه المحتوى التعليمي (Balasubramanian, Jaykumar, & Fukey, 2014).

هناك عددا من الدراسات التي ركزت على استخدام منصة إدمودو في مراحل عمرية مختلفة ودول أجنبية وعربية متباينة. فعلى سبيل المثال، طُبقت دراسة (Mustafa, 2015) في دولة الإمارات، بينما دراسة (Al-Said, 2015) طبقت على طلاب في دولة تركيا. أما دراسة (Thongmak, 2013) فطبقت على عينة في تايلاند، بينما تعد دراسة الكثيري من الدراسات النادرة المطبقة في السعودية (Al-Kathiri, 2015).

فهدفت دراسة (Thongmak, 2013) في تايلند لاستكشاف اراء طلاب الجامعات حول منصة إدومو بالإضافة لتقديم مقترحات للمعلمين عند استخدام المنصة الرقمية. وأظهرت النتائج أن الفائدة المتوقعة، وسهولة الاستخدام المتصورة، وخصائص المدرب تُعد مؤشرات قوية لقبول إدمودو من قِبل طلاب الجامعات.

وقد أشارت دراسة (Holland and Muilenburg, 2011) عن سرعة تأقلم طلاب المرحلة الثانوية مع منصة إدمودو وذلك لتشابه واجهة منصة إدمودو مع واجهة الفيس بوك المألوفة بالنسبة لهم. بل وتجاوبوا بسرعة في لوحة المناقشة حول موضوعات مادة الأدب بالإضافة لطرح أسئلة ثاقبة والحصول على أجوبة ذات مغزى مع الحد الأدنى من التدخل من المعلم. ولذلك أوصت الدراسة باستخدام المنصة إدمودو لقدرته على تحفيز استراتيجيات التحفيز المتبادلة.

وبالنسبة لمنصة كاهوت، فغالبية الدراسات العربية تعد حديثة حيث تراوحت ما بين عامي 2018 و2019. وأشارت دراسة الزيد (2019) والتي طبقت على عينة سعودية بجامعة الأميرة نورة لوجود دلالة إحصائية ما بين استخدام منصة كاهوت ودافعية الطالبات نحو التعلم. أما دراسة Hasanah (2019) والتي تم تطبيقها. في سورابيا بإندونيسيا أثبتت فعالية استخدام تطبيق كاهوت لترقية مهارات القراءة لدى طلبة المرحلة المتوسطة. وكذلك اعتمدت هذه الدراسة على استخدام لاستخدام الطرق الإحصائية للوصول للنتائج. في حين أن دراسة Fitriana, (2018) قامت باستخدام التطبيق لترقية مهارات الاستماع في مادة اللغة الغربية في إقليم مالانج.

المنهجية

استخدمت الملاحظة على الإنترنت Online observation كأداة لجمع البيانات في هذه الدراسة النوعية. تم اعتبار عدد من المعايير خلال ملاحظة منصة إدمودو استنادا لمعايير الاستبيان المستخدمة في دراسة (Al-Said, 2015) والتي ركزت على كتابة اليوميات والمقالات في مدونة إدمومو.

ولذلك ركزت الملاحظة على الإنترنت على النقاط التالية: تعزيز التعليم التقليدي، الحصول على تغذية راجعة، زيادة فاعلية التعلم، تطوير مهارات التعلم الذاتي، تقييم المحتوى التعليمي، استخدام التفكير الناقد، تخطي محدودية الوقت والزمن، تشجيع الطالبات الخجولات على التفاعل، المشاركة الجماعية. تمت ملاحظة 75 طالبة من طالبات العلاقات العامة في المستوى الخامس واللاتي يدرسن في كلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز. وكان دور الباحث مُلاحظ مشارك حيث كان يتفاعل مع الطالبات في المنصة. تم تصميم فصلين على المنصة حيث أنها كانت تقوم بتدريس مادة مناهج البحث لشعبتين دراسيتين. تراوحت أعمار العينة 20-22 عاما غالبيتهم من الجنسية السعودية. وتم استخدام تحليل المضمون النوعي لجمع البيانات من خلال فصلي مناهج بحث على المنصة الرقمية.

النتائج

بالنظر للسؤال البحثي الأول حول مدى فاعلية استخدام منصتي "إدمودو وكاهوت" في المواد النظرية في الفصول ذات الأعداد الكبيرة، فأظهرت الملاحظة الرقمية للتفاعل في منصة إدمودو والملاحظة أثناء استخدام كاهوت في المحاضرة أن كلا من المنصتين يُسط المفاهيم النظرية ويتيح مجال للتفاعل وتوظيف مهارات التفكير العليا والتعبير عن وجهات النظر وهي جوانب غير متاحة في الفصول التي ترتكز على المحاضرات النمطية.

وبالنظر للسؤال البحثي الثاني حول جوانب تفاعل الطالبات مع المعلم والمحتوى عبر منصة" إدمودو" في مادة مناهج البحث، أظهرت ملاحظة المنصة والتعليقات و الإعجابات فيها أن" إدمودو" أداة فعالة في تحقيق الآتي:

1. التفاعل بين المعلم والمتعلمين
2. التعلم والتفاعل حسب وقت المتعلم
3. اختصار الوقت والجهد في الفصول ذات الأعداد الكبيرة وتفعيل التعلم التبادلي:
4. ربط المحتوى التعليمي النظري بموارد تعليمية من الإعلام الرقمي معاصرة خارج المقرر الدراسي
5. استخدام التغريدات بطريقة تفاعلية كبديل للسرد القصصي: –
6. توظيف التعلم المدمج
7. استخدام مهارات التفكير العليا كالاستنباط والتحليل والملاحظة، التعلم الذاتي (استنباط أخطاء شائعة في البحوث)

8. متابعة سير المجموعات الصغيرة بفاعلية أكبر.

سيتم استعراض هذه الجوانب الثمانية فيما يلي مع توضيح الأمثلة.

1– التفاعل بين المعلمة والطالبات:

من أهم مزايا استخدام المنصة التفاعلية بين المتعلمين في بيئة تتسم بالأريحية والمرونة وتمكن الطالبة من استخدام الصور التعبيرية "كالإيموجي" والرموز بالإضافة لعدم التقييد باللغة العربية الفصحى والسياق الرسمي كما هو دارج عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. فيوضح الحوار في الشكل 1 أدناه التعارف الذي يكسر الجليد في المحاضرة الأولى فصرّح كلا من المعلمة والطالبات عن هوايتهن.



شكل 1: نموذج لبوست يعزز التعارف بعد المحاضرة الأولى

2. التعلم والتفاعل حسب وقت المتعلمين:

كذلك من الملاحظ أن استخدام منصة إدمودو أتاحت للمتعلمين التواصل والتفاعل مع المعلمة والمحتوى حسب الوقت الملائم للمتعلم. وتكمن فائدة عدم التقييد بوقت محدد للإجابة بإتاحة الفرص للطالبات اللاتي تعذر حضورهن في معرفة المستجدات والتفاعل رقميا بالإضافة لإتاحة الفرصة للطالبات الخجولات فرصة التعبير عن الآراء دون الشعور بالقلق والتوتر. فبالنظر للشكل 2، نجد تباين الأيام والأوقات التي تم تسجيل المشاركة فيها حيث تم تسجيل الردود على مدار الأسبوع خاصة أنه الأسبوع الأول في الدراسة وعادة ما يتم إضافة طالبات مستجدات على مدار الأسبوعين الأولى من الدراسة.



شكل 2: نموذج لردود الطالبات (تعارف) يوضح التفاعل بين المتعلمين في أوقات متباينة.

3. اختصار الوقت والجهد في الفصول ذات الأعداد الكبيرة وتفعيل التعلم التبادلي:

أظهرت ملاحظة الصف الذي تم تفعيل المنصة فيه ومقارنته بالصف التقليدي أن المنصة تسهم بشكل كبير في اختصار الوقت والجهد على المعلم بالإضافة لتفعيل التعلم التبادلي وإتاحة الفرصة لتقديم تغذية راجعة فورية. فمن الملاحظ أن تجميع أوراق بخصوص كتابة خطة البحث وأسماء الطالبات العازمات على القيام بالبحث من 75 طالبة يستغرق جهدا ووقتا لا يستهان به. ناهيك عن الأمور العارضة مثل نسيان الورقة، ضياع أحد الأوراق، تأخير أو تلف الأوراق، أخذ وقت في تجميع الأوراق، تسليم الأوراق على دفعات وغيرها من الإشكاليات المتعلقة. في المقابل يتيح إدومو للمعلم حصر البيانات المطلوبة في خلال دقائق معدودة في حال تم طلب تسجيلها أثناء المحاضرة. الشكل 3 يوضح عناوين خطط البحث التي أجمع عضوات المجموعة على القيام بها. فبعد أن تم شرح كيفية اختيار موضوع للبحث وطريقة صياغة العنوان أثناء المحاضرة، تم امهالهم أسبوع لكتابة الموضوع الذي يرغبن بالقيام ببحثه. كذلك أتاح الشكل 3 للمعلم معرفة الجزئيات التي تتطلب إعادة توجيه مثل تحديد المتغير الثاني في المثال المقدم في شكل 3.

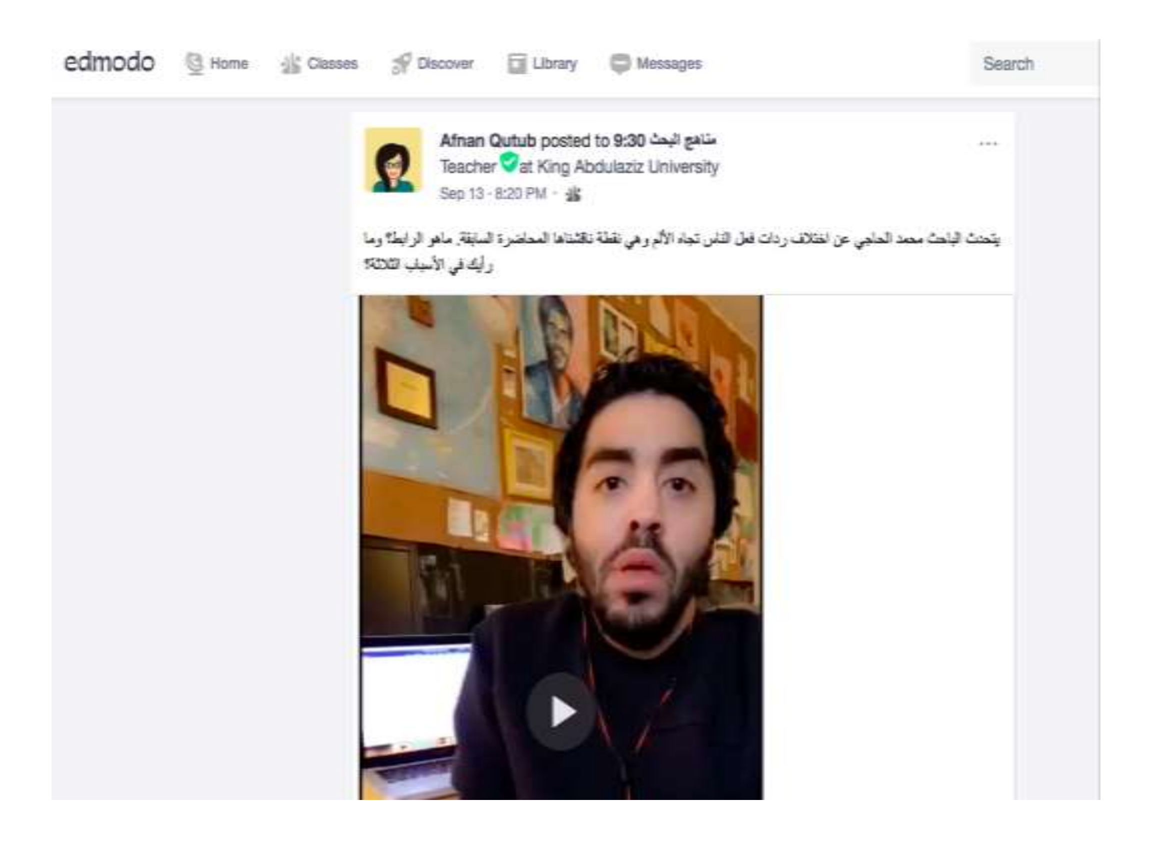


شكل 3: استخدام إدمودو لحصر عناوين البحوث والمختارة والعضوات المشاركات

4. ربط المحتوى التعليمي النظري بموارد تعليمية من الإعلام الرقمي معاصرة خارج المقرر الدراسي:

بالإضافة لاختصار الوقت والجهد ومعرفة مواطن اللَبس في المحتوى، أظهرت الطالبات تفاعلا عند ربط المحتوى التعليمي بموارد من مواقع التواصل الاجتماعي كمقطع من برنامج سناب شات المحبب لديهم. فعلى سبيل المثال، بعد أن تمت مناقشة نقطة نظرية بحثية عن تأثير المتغير التابع على المستقل في السلوكيات الإنسانية وتفاوت البشر في ردود أفعالهم في ظل نشأتهم في نفس الظروف الاجتماعية، تم الاستشهاد بمقطع أحد المؤثرين يُعرف بمحمد الحاجي وهو طالب دكتوراه في العلوم السلوكية يدرس في جامعة فلوريدا. وطُلب من الطالبة التعليق على المقطع كما ستظهر ردودهم في الشكل 5. وحسب نظريات التعلم فمن المطلوب تنوع أشكال التعلم حتى تناسب جميع الأنظمة التمثيلية: الحسي والبصري والسمعي. ويعد هذا الربط بمحتوى ثرى في الإعلام الرقمي مفيدا لكونه مؤلفا لدى الطالبات بالإضافة لأنه يجعل المواد النظرية كمناهج البحث أكثر حيوية وواقعية.

شكل4–أ: استخدام محتوى مرئي للباحث محمد الحاجي لإثراء المحتوى التعليمي.



لاحظت الدراسة أيضا أن مناقشة المحتوى العلمي من خلال الموارد الخارجية أتاحت للطالبات الحوار و ابداء وجهات النظر من خلال الخبرات الواقعية. فيوضح الشكل 4–ب الردود على الفيديو المطروح في شكل 4–أ والذي عقب فيه الباحث محمد الحاجي عن نظرية الألم والدراسات المتعلقة به من خلال طرح أمثلة واقعية. وحيث أن المحتوى المرئي يجسد الصور أكثر من النص المكتوب في الكتب المقرر، نلاحظ في الردود اراء الطالبات حول رؤيتهم للتعامل مع المشكلات وكيفية تخطيها.



شكل4–ب: تفاعل الطالبات مع سنابشات الباحث محمد الحاجي حول تجربة الألم من واقعهم الشخصي

5. استخدام التغريدات بطريقة تفاعلية كبديل للسرد القصصي:

يوضح الشكلين 7–أ و 7–ب فعالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كبديل للسرد التاريخي الممل. فبدلا من الالقاء أو استخدام عرض Power point ذو رتم ممل لاستعراض نبذة تاريخية حول دور المرأة في مجال البحث العلمي قد يطول شرحه لساعة أو ساعة ونصف تم إضافة رابط لعدد من التغريدات في منصة "ادمودو" تستعرض قصة أول طبيبة مارجريت آن بلكلي والتضحيات التي قدمها و انتحالها شخصية ذكر لتمارس مهنة الطب. ثم تُرك المجال للطالبات للتعليق على البوست.

- **استخدام التغريدات بطريقة تفاعلية كبديل للسرد القصصي:**



شكل7–أ: صورة من محتوى الرابط الذي تم وضعه في إدمودو حول قصة أول طبيبة (التغريدة الأولى)

ولوحظ أن هذا المحتوى كان من أكثر المحتويات تفاعلا في الفصل الدراسي كما يوضح الشكل 7–ب أدناه. حيث تم التعليق من قِبل 44 طالبة على القصة ووُضعت 22 إعجاب Likes عليها. ودارت غالبية الردود حول إعجاب الطالبات بصاحبة القصة لتمكنها من تحقيق هدفها حيث استخدموا تعليقات مثل "صنعت المستحيل لأجل طموحها"، "تذكرت مقولة قف على ناصية الحُلم وقاتل"، "قصتها تؤكد أن الفارق بين الممكن والمستحيل يتوقف على عزيمة المرء"، "جعلت من إصرارها عبرة من القون الـ18 حتى يومنا الحالي". وأشار البعض لبشاعة الظروف والقوانين التي أجبرتها على التنكر بزي رجل وهوية رجل كما في بعض الردود "أثبتت كم هي طبيبة ناجحة

بس للأسف وهي في هوية رجل"، عجبتني القصة انها حققت حلمها ووصلت لطموحها بس الشي اللي مو حلو أنها كانت بزي ذكر"، "ما أبشع الظروف التي جعلتها تتنكر كرجل".

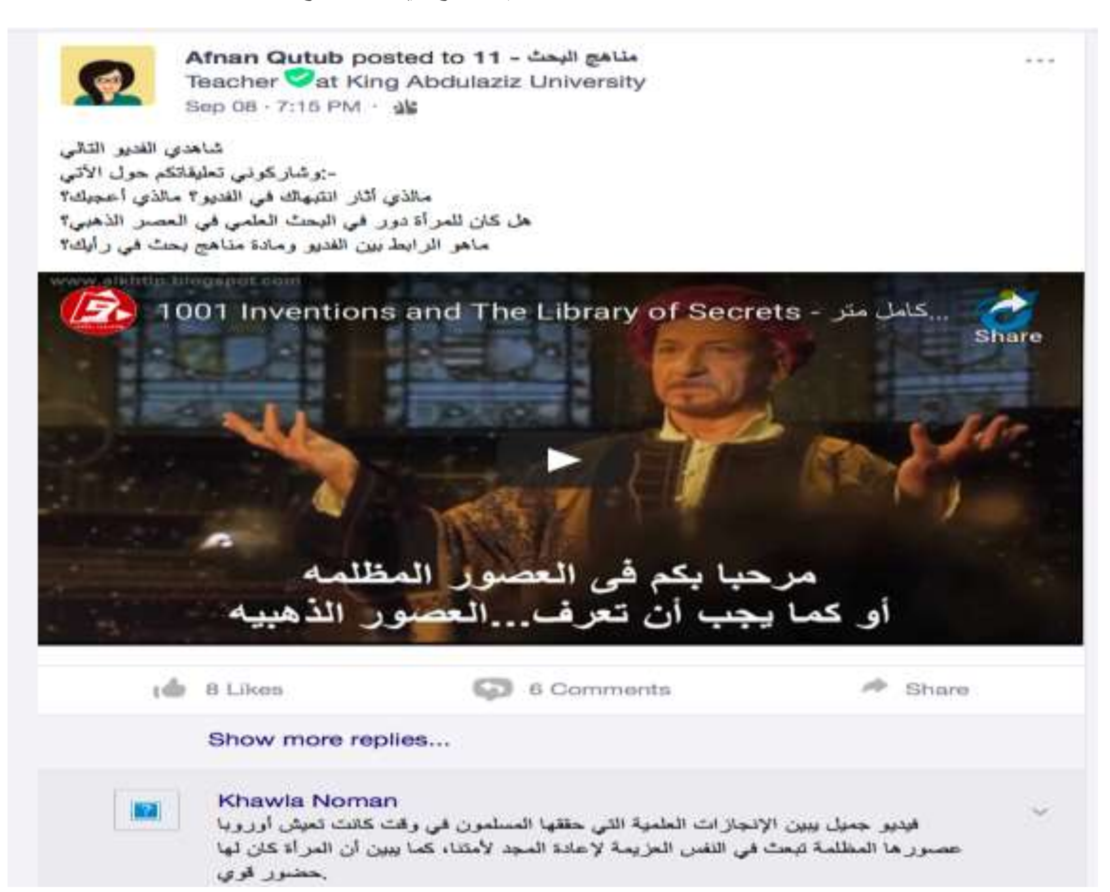


شكل7–ب: ردود الطالبات تعليقا على قصة أول طبيبة مارجريت آن بلكلي

6. توظيف التعلم المدمج:

كذلك أظهرت الدراسة إمكانية توظيف التعلم المدمج عن طريق المنصة من خلال عرض فيديوهات قصيرة مرتبطة بالمحتوى وطرح بعض الأسئلة ليتم التعليق عليها في المنصة ثم تمت مناقشة أبعاد ومحاور المحتوى المرئي أثناء المحاضرة. فيوضح الشكل 5 أدناه إدراج فيديو يتحدث عن أهم إنجازات المسلمين وبدايات البحث العلمي يعرضها أمين المكتبة لطلبة قاموا بزيارة المكتبة. والموارد الحديثة المتنوعة تعد ضرورة في المقررات الدسمة والنظرية كمناهج البحث العلمي. ولوحظ في تعليقات الطالبات ومشاركتهن في المحاضرة اهتمامهن بالسؤال الثاني تحديدا حول دورة المرأة في البحث العلمي والتعليق على اختراع الإسطرلاب الذي اخترعته عالمة الفلك مريم الإسطرلاب في القرن العاشر في حلب. بالإضافة لذلك كانت غالبية الردود تدور حول الطريقة الشيقة لعرض المحتوى وسرد تاريخ البحث العلمي بطريقة قصصية جاذبة مما يشير لقدرة المتعلم على تقييم طرق التدريس وتفضيله الطرق المعاصرة عوضا عن الإلقاء النمطي.

شكل5: استخدام إدمودو لتوظيف التعلم المدمج في مادة مناهج البحث



7. استخدام مهارات التفكير العليا كالاستنباط والتحليل والملاحظة (استنباط أخطاء شائعة في البحوث)

كذلك لوحظ استخدام مهارات التفكير العليا كالاستنباط والتحليل والتفكير الناقد كما يوضح الشكل 6 أدناه حيث تم تقديم نماذج من خطط بحثية متفاوتة من حيث التقييم وطُلب من الطالبات تقييمها واستنباط أبرز الأخطاء الشائعة ثم تمت مناقشتها كمجموعات صغيرة وأخيرا طُلب من كل طالبة التعليق على المنصة بكتابة انطباعها الشخصي عن نماذج الأبحاث المقدمة. لوحظ في هذا التطبيق أن ترك مجال للمتعلم للتقييم و الاستنباط مع تقديم تغذية راجعة في بعض جزئيات المقرر يُعد أمرا ممتعا و مفيدا مقارنة لاستناد كل فصول المقرر على أسلوب التلقين والذي يعد أسلوبا كما أشار فيررير (Freire, 1996) أسلوبا يضع المعلم موضع السلطة و المعرفة المطلقة الغير قابلة للتشكيك بينما يضع المتعلم موجع الجاهل المطلق. فاستخدام المنصة كما أوضح المثال في الشكل 6 أتاح للمتعلم فرصة التعلم الذاتي والبحث أثناء التعرض للمعلومات في محركات البحث العلمية حول قواعد البحث العلمي. إضافة لكون إتاحة الفرصة للمتعلمين للمشاركة في بيئة تعليمية اجتماعية تحفز الطالبات للمشاركة بآرائهن ووجهات نظرهن بمصداقية مما يُظهر أبعاد في المحتوى للمعلم قد يكون غافلا عنها. فالتعلم عملية تبادلية في البيئة الرقمية.

شكل6: نشاط يوضح استخدام مهارات التفكير العليا كالتقييم والتفكير الناقد والاستنباط



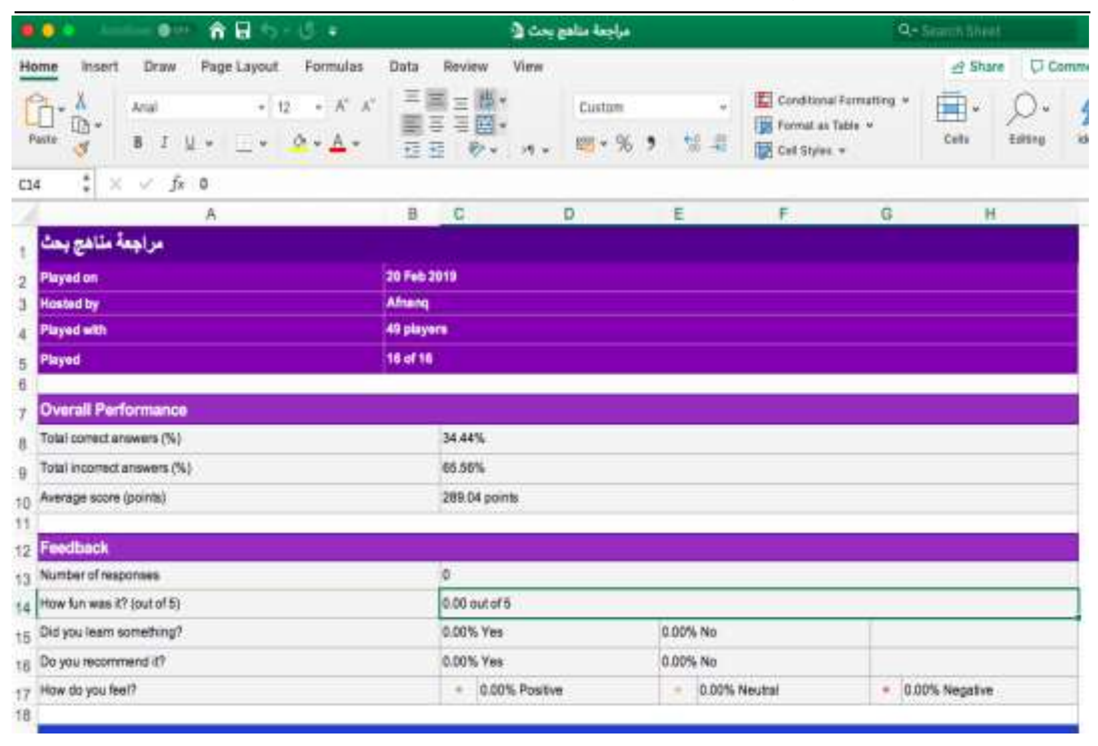
8. استخدام المجموعات الصغيرة بطريقة فعالة

يتيح كاهوت خاصية تقسيم الطلاب لمجموعات صغيرة بطريقة مرنة. وحيث أن مشروع مادة مناهج البحث يتطلب العمل كفريق عمل مكون من 3-4 طالبات فقد كان استخدام المجموعات الصغيرة في "إدمودو" من أنجح الاستراتيجيات في متابعة سير المشروع وكذلك إمكانية إضافة التعليقات والاستفسارات من قبل طالبات المجموعة. وعندما كان يطلب من الطالبات بإضافة جزئيات من المقترح البحثي كالأسئلة البحثية والفروض أو أداة الاستبيان ليتم تقييمها، كانت بعض المجموعات بعمل نسخ من ملف الورد ولصقه في "إدومو" أو إضافة الجزئية المطلوبة لتقييم كصورة تم التقاطها من المستند الأساسي. وقد أثبث العمل من خلال خاصية المجموعات الصغيرة في إدمودو تنظيم المعلومات وسرعة الإنجاز حيث يقوم المعلم بتحميل الروابط أو الملفات للمجموعات المحددة بدلا من إرسالها لكافة المجموعات. كذلك إضافة ملاحظات محددة للمجموعات المخصصة يلفت انتباه المجموعة المقصودة.

أما بالنسبة للسؤال الثالث حول جوانب فاعلية تطبيق كاهوت في تفاعل طالبات العلاقات العامة في مادة مناهج البحث، توضح الجزئية القادمة النتائج المختصة بتطبيق كاهوت المنصة الرقمية التي يتم استخدامها داخل المحاضرات الجامعية حيث تقوم الطالبات بالإجابة على المحتوى المطروح من خلال أجهزة الهاتف المتنقلة.

دور كاهوت في إشباع الدوافع المنفعية والطقوسية في مادة مناهج البحث:

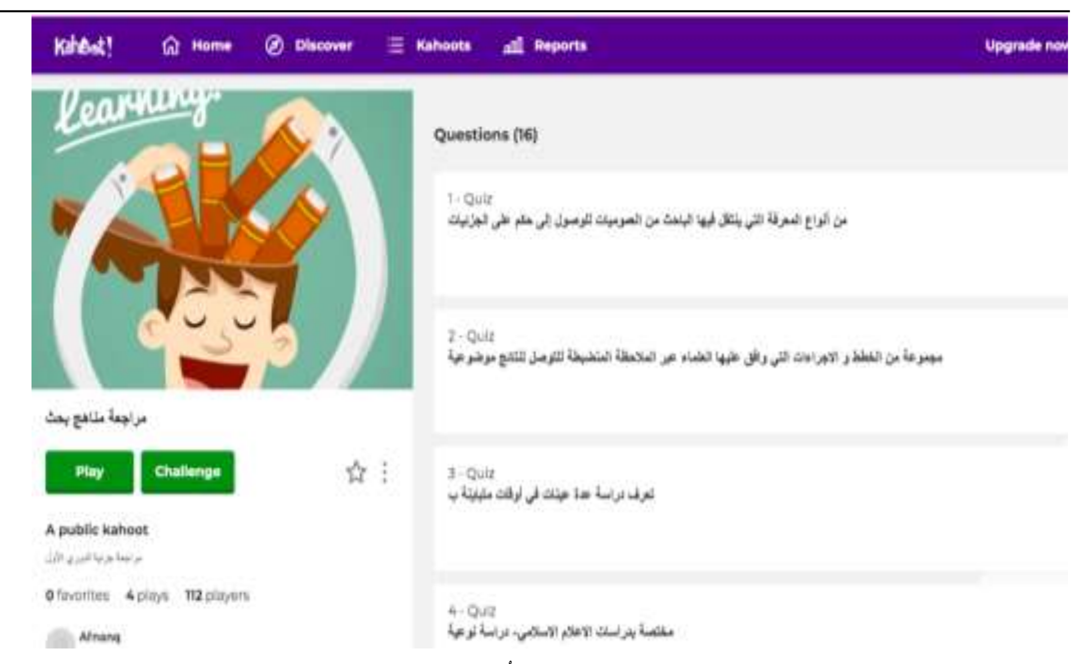
وللإجابة على السؤال البحثي الثالث حول ما دور كاهوت في تفاعل الطالبات مع محتوى مادة مناهج البحث، لوحظ فاعلية المنصة في حث مهارات الاستدعاء والتي تندرج ضمن الدوافع المنفعية بالإضافة لإضفاء روح التفاعل والمتعة والتي تندرج ضمن الدوافع الطقوسية. وفيما يلي توضيح اشباع هذه الدوافع. أما بالنسبة لاستخدام كاهوت في مادة مناهج البحث فقد وجدت الدراسة أن استخدامه بصفة دورية بعد عدد من الفصول (فصلين أو ثلاثة) من شأنه أن يساعد الطالبة على تحديد الجزئيات التي تحتاج لمراجعة والمفاهيم التي التبست عليها مما يعني إشباع الدوافع المنفعية. فيوضح التقرير الموضح في شكل 7 والذي تم تحميله من موقع كاهوت بعد تطبيق كاهوت على 49 طالبة في مادة مناهج البحث في منتصف الفصل الدراسي بأن عدد الإجابات الصحيحة تشكل 35٪ تقريبا بينما يشكل مجموع الإجابات الخاطئة 65٪. علما أن الأسئلة التفاعلية تم سؤالها بدون تجهيز سابق أو إخبار الطالبات للاستعداد.



مراجعة مناهج بحث			
Played on	20 Feb 2019		
Hosted by	Afnanq		
Played with	49 players		
Played	16 of 16		
Overall Performance			
Total correct answers (%)	34.44%		
Total incorrect answers (%)	65.56%		
Average score (points)	289.04 points		
Feedback			
Number of responses	0		
How fun was it? (out of 5)	0.00 out of 5		
Did you learn something?	0.00% Yes	0.00% No	
Do you recommend it?	0.00% Yes	0.00% No	
How do you feel?	0.00% Positive	0.00% Neutral	0.00% Negative

شكل 7: تقرير عن أداء الطالبات بعد استخدام لعبة كاهوت في مادة مناهج البحث

بالإضافة للدوافع المنفعية، وُجِد أن كاهوت يشبع الدوافع الطقوسية كالتفاعل الاجتماعي والمتعة حيث أن الطالبات يقمن بالإجابة عن طريق أجهزة الهاتف المتنقل خلال 60-120 ثانية ثم نقوم بمشاهدة الطالبة الأسرع والأصوب في تحقيق الإجابات الصحيحة في جو من التنافس والضحك حيث يغلب على التطبيق طابع التلعيب. ويوضح الشكل 8 الطريقة التي تبدو بها شكل الأسئلة بعد إدراجها في حساب كاهوت الخاص بالمعلم حيث يتحكم في عدد الأسئلة ووقت الإجابة والصورة المدرجة مع مجموعة الأسئلة ومع كل سؤال. بالإضافة لإمكانية إعادة اللعبة في فصول دراسية مستقبلية. هذا وقد أشارت الدراسات. السابقة لدور التلعيب في التعليم والتفكير (الحيلة، ٢٠٠٩).



شكل 8: الطريقة التي تظهر بها الأسئلة الُمعدة في كاهوت في حساب المعلم

المناقشة

المتعلم الحالي يتصف بإتقانه للمهارات التقنية وإتقان استخدام المنصات الاجتماعية، ناهيك عن توفر الأجهزة الذكية اللوحية والهواتف الذكية لدى غالبية الطلاب الجامعيين. أثبتت الدراسة الحالية فاعلية استخدام المنصات الاجتماعية وتحققيها للدوافع الطقوسية كالتفاعل الاجتماعي والدوافع المنفعية كتعلم أبرز الأخطاء الشائعة في كتابة البحوث العلمية. وقد نهجت غالبية الدراسات السابقة على المنهج الكمي مستخدمة أسلوب الاستبيان لقياس فاعلية منصتي إدمودو (Said, 2015 Al-Kathiri, 2015). Al- و كاهوت (Hasanah, 2019 ؛ الزيد، 2019).

أما الدراسة الحالية، فتعد من القلائل التي استخدمت المنهج النوعي للتعرف على دور منصتين من منصات الإعلام الرقمي في العملية التعليمية. وقد اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة التي أشارت لفاعلية استخدام إدمودو وأوصت بذلك إلا أن الدراسة الحالية وضحت الكيفية لإدراج محتوى الإعلام الجديد بطريقة جاذبة للمتعلمين. فمن الممكن استخدام الطرق ذاتها الموضحة في هذه الدراسة على غيرها من المواد الأخرى التي تتطلب وجود جانب نظري، جانب تطبيقي، تفاعل وإبداء الرأي، جانب تاريخي.

هذا وقد أظهرت الدراسة الحالية اتفاقا مع الدراسة همشري (2017) الذي أثبت اهتمام الطلاب الجامعيين بمواقع التواصل الاجتماعي إذ أفاد الباحث مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تعريف الطلاب بأحدث التوجهات البحثية، التحقق من المعلومات، الحصول على معلومات نظرية حول الموضوع، الإفادة من نتائج الأبحاث المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي. وقد كانت أكثر الأبعاد ارتفاعا هي إتاحة مواقع التواصل الاجتماعي لإعداد البحوث

والتقارير. وتوضح الدراسة السابقة اتفاقا مع الدراسة النوعية الحالية من حيث أشارتهما لفاعلية مواقع التواصل الاجتماعية في مقررات مناهج البحث والمشاريع البحثية.

وقد يتطلب إعداد فصل إدومود وتجميع الموارد التعليمية التي سيتم نقاشها بعض من الوقت، إلا أنه سيثمر تفاعلا أفضل وتحصيلا دراسيا أفضل من المتعلمين. ومن الجدير بالذكر هنا أن إدمودو يتيح للمعلم الاحتفاظ بالروابط والمحتوى المرئي والملفات ليتم الاستعانة بها ونشرها في الفصل المحدد.

وبناء على ما تم طرحه من نتائج تبرز دور منصتي كاهوت و إدمودو في إشباع الدوافع المنفعية و الطقوسية لدى المتعلم، توصي الدراسة الحالية بضرورة توظيف التطبيقات الرقمية التعليمية و الموارد المرتبطة بجوانب المادة كمقاطع السناب شات و تغريدات تويتر في المواد النظرية تحديدا للخروج عن نمطية الصفوف التقليدية و زيادة تفاعل الطلبة مع المناهج. علما أن الأعداد الكبيرة في القاعات تمثل عنصرا حيويا لاستخدام التقنية وليست عائقا، إذا تبرز الإجابات المتفاوتة تنوعا في وجهات النظر وتعطي فرصة متساوية لكل طالب للمشاركة والتفاعل الأمر الذي يصعب حدوثه في ظل وقت المحاضرة المحدد.

كذلك توصي الدراسة المهتمين بمجال الإعلام الرقمي والتعليم بالتوجه نحو أدوات البحث النوعية أو المزجية للتعرف على انطباعات الطلبة والأساتذة حول استخدامات المنصات الرقمية وأبرز الاستراتيجيات والحلول المقترحة. مع الأخذ بالاعتبار برأي الطالب الذي هو محور العملية التعليمية بتفضيله للمنصات ومدى فاعليتها في إثراء العملية التعليمة وسهولة الاستخدام للمنصة.

أما بالنسبة للنتائج المختصة بتطبيق كاهوت فقد اتفقت مع دراسة الزيد (2019) التي اعتمدت على الاستبيان في كون التطبيق يسهم في زيادة تفاعل الطالبات السعوديات مع المحتوى التعليمي. كذلك أضافت دراستي النوعية جوانب لإشباعات طقوسية أخرى متحققة مثل التسلية، التنافس، التفاعل الاجتماعي، والتلعيب. ومن الجدير بالذكر أن الدراستين (الزيد، 2019) والدراسة الحالية تم تطبيقها على عينة سعودية حيث أن الأولى طبقت على عينة بجامعة الأميرة نورة في الرياض والثانية بجامعة الملك عبد العزيز في جده. أما بالنسبة للدراستين المطبقتين على في إقليم مالانج و إندونيسيا والتي ورد ذكرهما في قسم الدراسات السابقة، فقد تباينت نتائج الدراسة الحالية مه هاتين الدراستين لتركيزهما على مهارتي الاستماع و القراءة في حين كان هدف الدراسة الحالية التركيز على مهارات الاستدعاء والمفارقة بين مفاهيم المقرر كأنواع المتغيرات و أنواع البحوث الإعلامية.

خاتمة

هدفت الدراسة للتعرف على مدى فاعلية استخدام المنصات الرقمية في تحسين جودة التعليم في المواد النظرية. تحديدا، تم توظيف منصتي "إدمودو وكاهوت" في مادة مناهج البحث على عينة من طالبات العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز. أظهرت الملاحظة الرقمية لمنصة إدمودو فاعلية المنصة في التفاعل بين المعلم والمتعلمين، القدرة على توظيف التعلم المدمج، التفاعل وتقديم تغذية راجعة حسب وقت المتعلم، اختصار الجهد والوقت في الفصول ذات الأعداد الكبيرة، تفعيل التعلم التبادلي، ربط المحتوى التعليمي بموارد معاصرة من الإعلام الرقمي، استخدام التغريدات كبديل للسرد القصصي التاريخي، استخدام مهارات التفكير العليا كالاستنباط والتحليل والملاحظة من خلا استنباط أخطاء شائعة في البحوث، بالإضافة للتفعيل مهارات التعلم الذاتي. بينما أظهر استخدام كاهوت اشباعا للدوافع المنفعية كاستدعاء المعلومات السابقة بالإضافة لإشباع الدوافع الطقوسية مثل التسلية والمتعة والتفاعل الاجتماعي. وبناء على ما سبق، توصي الدراسة بضرورة دمج التقنية في التعليم وتطوير أساليب التدريس تماشيا مع قدرات المتعلم الحالي ومع رؤية 2030 الداعية لدمج التقنية في التعلم والتوجه نحو التعلم الإلكتروني.

المراجع العربية:

أحمد، ميمي؛ أمين، فاطمة. (2018). أثر استخدام التعلم الالكتروني الكامل على القابلية للاستخدام لدى طالبات جامعة الملك خالد. *المجلة التربوية، العدد* 56، 724-752.

الجهني، ليلى. (2019). تقييم منصة ادمودو الإلكترونية في ضوء معايير سهولة الاستخدام .*المجلة العربية للتربية النوعية، العدد* 9، 1-30.

الحيلة، محمود. (2009). الألعاب من أجل التفكير والتعليم.

الزيد، حنان (2019). أثر برامج التقويم الإلكتروني (برنامج كاهوت Kahoot كنموذج) على زيادة دافعية طالبات جامعة الأميرة نورة نحو التعلم. *مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية*، (43) , 509-527.

العمري، عائشة؛ الشنقيطي، أميمة. (2019). فاعلية تقنية التلعيب في بيئة التعلم الالكترونية لتنمية مهارات إنتاج المواد الرقمية والتفكير الإبداعي لطالبات الدراسات العليا. *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية*(2)*27*.

المصالحة، حسن؛ أبو الحاج، سها. (2016). استراتيجيات التعلم النشط.

حريري، رافده. (2010). طرق التدريس بين التقليد والتجديد.

همشري، عمر. (2017). واقع استخدام طلبة كلية العلوم التربوية في جامعة الزرقاء لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات واتجاهاتهم نحوها. *مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، (18)3*، 386-403.

المراجع باللغة الأجنبية:

Al-Kathiri, F. (2015). Beyond the Classroom Walls: Edmodo in Saudi Secondary School EFL Instruction, Attitudes and Challenges. *English Language Teaching*, *8*(1), 189- 204.

Al-Said, K. M. (2015). Students' Perceptions of Edmodo and Mobile Learning and Their Real Barriers towards Them. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, *14*(2), 167-180.

Balasubramanian, K., Jaykumar, V., & Fukey, L. N. (2014). A study on "Student preference towards the use of Edmodo as a learning platform to create responsible learning environment". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *144*, 416-422.

Creswell, J. W. (2003). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (2nd ed.). California: Sage Publications

Edmodo (2018). Our story. Retrieved 30 March 2018, from: https://www.edmodo.com/about.

Fitriana, Y. M. (2018 استخدام وسيلة كاهوت في تعليم مهارة الاستماع بالبرنامج المكثف لتعليم اللغة العربية جامعة . مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Freire, P. (1996). Pedagogy of the oppressed (revised). *New York: Continuum*.

Garrison. R & Vaughan. N. (2008) Blended Learning in Higher Education: Framework, Principles, and Guidelines. San Francisco: John Wiley & Sons.

Hasanah, B. N. (2019"_ فعالية تطبيق وسيلة التعليم برمجية كاهوت (*Kahoot* لترقية مهارة القراءة لطلاب " الفصل السابع بالمدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ٣ سورابايا Doctoral dissertation، UIN Sunan Ampel Surabaya.

Holland, C., & Muilenburg, L. (2011, March). Supporting student collaboration: Edmodo in the classroom .*Society for Information Technology & Teacher Education International Conference* (pp. 3232-3236). Association for the Advancement of Computing in Education (AACE).

Husen, S. H. A. (2018). The Effectiveness of Instructional Design by Blended learning of Technological Enlightenment in Educational Technology Subject. *Qalaai Zanist.Journal, 3*(4).

Kongchan, C. (August 2012). How a non-digital native teacher makes use of Edmodo. In 5th Intenational Conference ICT for language learning. Florence (Italy). Retrieved 1 April 2018, from: https://conference.pixelonline.net/conferences/ICT4LL2012/common/download/Paper _pdf/90-IBT18-FP-Kongchan-ICT2012.pdf.

Mustafa, M. B. (2015). One Size Does Not Fit All: Students' Perceptions about Edmodo at Al Ain University of Science & Technology. *Journal of Studies in Social Sciences*, *13*(2).

Stolovitch, H., & Keeps, E. (2011).Telling Ain't Training. Danvers: Association for Talent Developments.

Takahashi, D. (2017) Kahoot launches mobile app to make homework fun. *Retrieved* 15. February, 2018 ،منhttps://venturebeat.com/14/09/2017/kahoot-launches-mobile-app-to-makehomework-fun

Thongmak, M. (2013). Social network system in classroom: Antecedents of Edmodo adoption. *Journal of e-Learning and Higher Education*, *2013*(1), 1-15.

Trammell, K. D., & Ferdig. R. (2004). Pedagogical implications of classroom blogging. *Academic Exchange Quarterly, 60+. Accessed 31 Jan 2018.*

أثر استخدام الانترنيت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين

–دراسة ميدانية–

The effect of the use of the internet on the values among The students of the university: A field study

د/ بورحلة سليمان *

الملخص:

يعتبر الطلبة فئة مميزة في أي مجتمع، بل هم أكثر فئات المجتمع نشاطاً، ومصدراً من مصادر التغيير الاجتماعي والثقافي والسياسي، وهذا بحكم أنهم يتواجدون في الجامعات بأعداد هائلة لتحصيل العلم والمعرفة وتنمية وتطوير الخبرات التي تؤهلهم للنهوض بمسؤوليات بناء المجتمع في المستقبل، كما تعد القيم الضابط والمعيار الأساسي للسلوك الفردي والاجتماعي لهؤلاء الطلبة، ولا يمكن تحديد أهدافهم إلا عن طريق القيم، الأمر الذي يؤكد الحاجة إلى أهمية القيم وتنميتها ودراستها عند الطلبة.

وهذا ما دفعنا في هذه الدراسة إلى البحث عن **أثر استخدام الانترنيت على القيم لدى الطلبة الجامعيين** ممثلين في طلبة جامعة المسلية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي معتمداً بالأساس على تصميم استمارة الاستبيان من أجل جمع المعلومات والحقائق المرتبطة بالدراسة، وهذا بالإضافة إلى أداتيّ الملاحظة والمقابلة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن الانترنيت بمستوياتها الاتصالية المختلفة أصبحت تشكل مصدراً من مصادر حصولهم على المعلومات والأخبار، ومصدراً من مصادر التفاعل الاجتماعي، كما توظف بمستوى أقل في البحث العلمي والتحصيل الدراسي، وهذا ما أنعكس على منظومة القيم، لكن لم تؤثر عليها سلباً وإنما أكدت الدراسة على مقدرتها(أي الانترنيت) على الارتباط بالقيم محل الدراسة إذا كانت محتويات الاستخدام ايجابية، وسلبية إذا كانت أنماط التعرض سلبية، لكنها أثرت على إعادة ترتيبها للقيم لديهم تبعا لأفضليتها ومستوى أهميتها في الوقت الراهن، أي بما يتوافق مع ثقافة العصر(إعادة صياغة النسق القيّمي الخاص بالشباب بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة).

الكلمات الدالة: الأثر، الاستخدام، الانترنيت، القيم، الطلبة.

Abstract:

Students are considered as a privileged class of society; they are rather the class of society that is most active and creative and are a source of social, cultural and political change.

This social category also has the character of production, gift, and creativity in all fields, and because they are found in large numbers in universities with the aim of acquiring science and knowledge and developing the experiences that qualify them for the responsibilities of building the society in the future and since values are considered as basic criteria of the individual and social behaviour of students, their

[1]- أستاذ محاضر–جامعة أكلي محند اولحاج البويرة –الجزائر–samirbourahla1@yahoo.fr

objectives can only be achieved through the promotion of values, which confirms the need for the importance of values and the their development among students.
This study has come out with several results, the most prominent of which are the prevalence of internet use among university students. The internet, with its various levels of communication, has become one of many other sources for obtaining knowledge and information; it is also a source of social interaction but is used at a lower level in scientific research and academic achievement.
The use of the internet has had an impact on the values system but it does not affect it only in a negative way. The study has rather proved its capacity (that is to say the Internet) to be bound to the values when the contents of its use are positive and has a negative impact, if the ways of use are negative. For them, however, it has influenced the reorganization of values according to their preferences and to levels of importance in current times. That is, according to what is appropriate for the culture of the present time (the reformulation of the system of values specific to young people, in general, and students in a specific way).

Key words: Effect, Use, Internet, Values, University Students.

1–الجانب المنهجي:

I. مقدمة:

أصبحت الانترنيت سمة من سمات هذا العصر خاصة بعد أن عملت هذه التكنولوجيا الحديثة على تقريب المسافات وإنهاء الحدود وأصبحت السيادة على الفضاءات الرقمية هي الشغل الشاغل لكل الدول والمجتمعات لأن من يملك تلك التكنولوجيا يملك السيطرة على الفكر والمعلومات والقيم، ومن هذا فإن الحديث عن قوة الدول يرتبط ارتباطا وثيقاً بطبيعة المعلومات المتاحة في عصر تتأكد فيه مقولة من" يملك التكنولوجيا يملك السيادة ".

لكن الغوص في استخدام الانترنيت بمستوياتها الاتصالية المتنوعة والمستحدثة للشباب بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة يمكن أن يؤثر على التكوينات المحلية للمجتمعات التي يعيش فيها هؤلاء الطلبة، ويرجع ذلك لكون هذه المجتمعات أصبحت ذات طبيعة وهمية، وبالتالي فإن محتويات الانترنيت يمكن أن تؤدي إلى الذوبان والتلاشي، وهذا قد يؤثر على القيم والسلوكيات والتصرفات، وعلى الثقافة التي تتسم بالمحلية لصالح قيم جديدة أنتجت في عصر الانترنيت، أو بالأخرى أنتجت في الفضاءات الرقمية.

والطلبة اليوم أصبحوا معرضين إلى تحديات كبيرة وخطيرة لأنهم أصبحوا يعيشون في عا لم مفتوح وبالتالي فهم عرضة لشتى أنواع التأثير، وبخاصة تلك التي تحملها الانترنيت نتيجة تنوع مصادر المعرفة والإعلام والثقافة والقيم، ونتيجة تنوع وتطور أساليب التنشئة والتعليم بمنهجيات مختلفة ومتنوعة ما أدى بالطالب الجامعي إلى الاحتكاك بطلبة وأشخاص من ثقافات مختلفة قد تؤثر عليه، وفي هذا السياق قد تساهم الانترنيت على توجيه رغبات الطلبة وميولاتهم من أجل التحكم في عقلياتهم وصناعة أذواقهم وبلورة مواقفهم وآرائهم ، وهذا ما يظهر في تبني قيماً جديدة متجلية

في مظاهر متنوعة ظاهرية كانت أم باطنية متمثلة في أفكار وقيم وتصرفات قد تتعارض مع قيم المجتمع الذي يعيش فيه هؤلاء الطلبة.

II.إشكالية الدراسة:

تتركز فئة الطلبة الجامعيين بأعداد هائلة في نطاق المؤسسات الجامعية والمعاهد والمدارس ، و يعد أغلب الطلبة من فئة الشباب فهم يؤثرون في محيطهم و يتأثرون بكل ما يحيط بهم، وبحكم حجمهم الكبير في الجزائر و بحكم مؤهلاتهم فإن تعرضهم لمختلف التأثيرات أمر حتمي لا مفر منه، في وقت تعددت فيه المرجعيات والقيم وفي وقت لم تعد مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية كالأسرة، والمدرسة والمسجد، والجامعة قادرة على توجيه هذه الفئة وتأهيلها وتأطيرها بحكم ما تتعرض له هذه المؤسسات نفسها من تصدعات وصراعات، وأيضاً لكوننا أصبحنا نعيش في عصر ثورة الانترنيت، وبما فتحته لنا من تقارب وتفاعل بين المجتمعات والشعوب حيث أصبحت مهمة الحفاظ على القيم المحلية والخصوصيات الثقافية لدى الطلبة أمر صعب، والاهتمام بالطلبة ضمن بحث عن القيم يشير إلى قيم الجيل الصاعد التي سيبني عليها مستقبل المجتمع فكرياً وعلمياً، وهذا بالتركيز على جوانب متعددة من القيم المختلفة مثل: التفوق، تقدير الوقت وتقديره، احترام خصوصية الآخرين، الصداقة، والانتماء وحب الوطن، التسامح، الاستقلالية، تحمل المسؤولية، وغيرها من القيم التي يفترض أن تكون مغروسة في جيل الشباب بفضل مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة من أسرة ومدرسة ومسجد وغيرها منذ أن كانوا صغاراً.

ونظراً لحاجة الطلبة إلى التزود بالمعارف والمعلومات والثقافة التي توفر فرصة ملاحقة التطور العلمي والتكنولوجي والتحصيل العلمي الجيد، فأنهم يلجأون في غالب الأحيان للانترنيت كبديل للبحث ومن ناحية أخرى فإن ظروفهم الاجتماعية والاقتصادية قد تدفع بهم إلى البحث عن علاقات بديلة، وصداقات في فضاء الانترنيت، وهنا لا محالة فإن الشبكة تترك بصماتها على شخصياتهم وسلوكياتهم وقيمهم سواءً بالإيجاب أو بالسلب، ومن هنا يمكن صياغة مشكلة البحث الرئيسية في السؤال التالي:

ما هو أثر استخدام الانترنيت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين ممثلين في عينة من طلبة جامعة المسيلة؟

III.الفرضيات :

- ✓ **الفرضية الأولى:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طرائق ومستويات استخدام الانترنيت عند الطلبة الجامعيين والمغيرات الديمغرافية والاجتماعية (النوع، السن، المستوى الجامعي، منطقة السكن مكان الإقامة..)

- ✓ **الفرضية الثانية:** تختلف درجة دوافع تعرض الطلبة الجامعين لمحتويات الانترنيت تبعاً لاختلاف المتغيرات الديمغرافية والاجتماعية.
- ✓ **الفرضية الثالثة:** يساعد استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين للانترنيت على ارتباطهم أكثر بالقيم.

IV. أهمية الدراسة:

يمكن إبرار أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- ✓ أهمية الانترنيت وآلياتها ومستوياتها الاتصالية والمعرفية المتنوعة، وكذا خطورة دورها في الوقت الراهن.
- ✓ ارتفاع معدلات استخدام الانترنيت خاصة للتواصل وربط الصلات والعلاقات بين فئة الشباب الجزائري بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة.

V.أهداف الدراسة: يمكن إبراز أهداف الدراسة في النقاط التالية:

- ✓ محاولة رصد وتوصيف وتحليل وتقييم العلاقة بين الانترنيت وقيم الطلبة الجامعيين من خلال محاولة التعرف على عادات وأنماط استخدام الانترنيت لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، وتأثيرات هذا الاستخدام على بعض القيم المختارة.
- ✓ محاولة رصد اتجاهات الطلبة حول بعض القيم، وكذا بعض السلوكيات والتأثيرات السلبية، وعلاقة ذلك بأنماط الاستخدام وعاداته.
- ✓ محاولة إبراز مدى أهمية الانترنيت في تعزيز القيم أو إضعافها أو إهدارها لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين.

VI.الدراسات السابقة:

– الدراسة الأولى: بعنوان **"شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجا" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود**[1]**، من** إعداد الباحث **فهد بن على الطيار،** وهي دراسة نشرت بتاريخ2014/10/28 في المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض السعودية، ولقد تمثلت إشكالية الدراسة في تبيان بصورة ميدانية الآثار السلبية والايجابية لشبكة التواصل الاجتماعي "تويتر" مع تبيان تأثيرها على القيم الاجتماعية، وذلك من خلال التساؤل الرئيس التالي: ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي "التويتر" نموذجاً على القيم لدى طلبة الجامعة؟، وتم تقسيم هذه الإشكالية إلى ثلاث تساؤلات فرعية هي:

---

[1] – فهد بن على الطيار: **شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة " تويتر نموذجا"–دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود،** المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد61 ، الرياض، 2014، ص1193-226.

1–ما الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟

2–ما الآثار الايجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟

3–ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة؟

ومن أجل القيام بهذه الدراسة احتار الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وهذا لتناسبه مع طبيعة الدراسة، معتمداً بالأساس على استمارة الاستبيان التي وزعت على عينة مكونة من 2274 مفردة من طلاب جامعة الملك سعود بالرياض على اختلاف تخصصاتهم العلمية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها ما يلي:

وكشفت الدراسة إلى ترتيب الآثار الايجابية من وجهة نظر الطلاب تمثلت في: الاطلاع على أحبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن آرائي، مكنتني من التعبير بحرية، وتخطي حاجز الخجل، ترسيخ القيم والمبادئ والأخلاق والقدوة الحسنة وأسهمت خدمات التواصل الاجتماعي في زيادة وعي الديني، تعريف الأفراد المشاركين في شبكات التواصل الاجتماعي بثقافتنا.

وما نلاحظه على هذه الدراسة أنها أخلطت بين دوافع وآثار الاستخدام من جهة، ومن جهة أخرى لم يقم الباحث بقياس الأثر المترتب عن استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي، إنما اكتفى بترتيب بعض السلوكيات الممثلة للقيم دون البحث في دلالة الارتباط بين هذه المتغيرات (الاستخدام، شبكات التواصل الاجتماعي، القيم).

– **الدراسة الثانية** بعنوان:**"أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة، موقع فيسبوك نموذجا"**[1]، من إعداد الباحث **بطرس الحلاق**، وهي دراسة نشرت في مجلة **شمرا أكاديميا** بجامعة تشرين سوريا 2016/2015، وقد هدفت الدراسة إلى محاولة التعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة "فيسبوك نموذجاً".

ولتحقيق أهداف الدراسة تم طرح مجموعة من التساؤلات:

1–ما هي أهم الخصائص النوعية لأفراد العينة؟

2–ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة الجامعة لموقع فيسبوك؟

3–ما هي أهم الايجابيات والسلبيات المترتبة على استخدام طلبة الجامعة لموقع فيسبوك؟

[1] – بطرس الحلاق: **أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة، موقع فيسبوك نموذجا"**، مجلة شمرا أكاديميا، جامعة تشرين سوريا 2016/2015.

ومن أجل الإجابة على هذه التساؤلات استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي معتمداً بالأساس على استمارة استبيان تضمنت عدة محاور وفقاً لأهداف الدراسة على عيية من طلبة جامعة دمشق قدرت ب 360طالب على اختلاف تخصصاتهم العلمية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وخلصت الدراسة إلى أن:

– أن أغلبية المبحوثين يعتقدون أن استخدامهم لموقع فيسبوك والتعرض لمحتوياته ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا يناقض الدراسات القائلة بأن مواقع التواصل الاجتماعي لا تقوم بنشر القيم وتعزيزها لدى الشباب.

– إن طلبة الجامعة في أغلبهم ذكوراً وإناثاً يوافقون على أن موقع فيسبوك يساعدهم على الارتباط بالقيم ولكن الإناث بسبب وضعهن في المجتمع هن أكثر اعتقاداً في قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على جعلهن يرتبطن أكثر بقيم الطموح، تقدير العلم، احترام الذات، والمسؤولية.

VII.تحديد المفاهيم : تتضمن هذه الدراسة بعض المفاهيم ضمن الأطر النظرية والتطبيقية ينبغي تحديد مضمونها :

1. الأثر:

أ/–التعريف الُلغوي:

"الأثر هو بقية الشيء والجمع آثار وأثور، والتأثير إبقاء الأثر في الشيء "[1]، " فنقول أثر فيه تأثيراً وترك فيه أثراً، فالأثر ما ينشأ عن تأثير المؤثر"[2]، والأثر هو: العلامة، ولمعان السيف، وأثر الشيء: بقيته، وفي المثل "لا طلب أثراً بعد عين" يضرب لمن يطلب أثر الشيء بعد فوت عينه، وما يحدثه وجاء في أثره: في عقبه وما خلفه السابقون والخبر المروري، والسنة الباقية (ج) آثار وأثور[3]، وللأثر معاني أخرى كالخبر في قوله **"ونكتب ما قدموا وآثارهم"**[4]، أي ما أسلفوا من أعمال وأخبار، وأثر الرسول سننه[5].

ب/–التعريف الاصطلاحي:

تهدف وسائل الإعلام المختلفة إلى التأثير على جمهورها في أرائه وعاداته ومواقفه واتجاهاته لهذا فهي تترك أثراً معيناً على الأفراد قد يكون ايجابياً وسلبياً، وبالتالي فإن هدف أي رسالة اتصالية أو إعلامية من رسالتها إحداث التأثير في المتلقي، وقد يكون تأثيراً فورياً مباشراً أو غير مباشر، وتعرف موسوعة علوم الإعلام والاتصال الأثر "بأنه نتيجة الفعل

---

[1] – ابن منظور: **لسان العرب**، المجلد 09، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط1، 2003، ص423.

[2] – عبد المنعم الحفني: **المعجم الشامل للمصطلحات الفلسفية**، مكتبة مدبولي، القاهرة، ط1، 2000، ص173.

[3] – مجمع اللغة العربية: **المعجم الوسيط**، مكتبة الشروق الدولية، المجلد 1، ط4، 2004، ص173.

[4] – القران الكريم، **سورة يس**، الآية **12**.

[5] – ابن منظور: **لسان العرب المحيط**، المجلد4 ، دار الفكر، بيروت، لبنان، ط1، 1990، ص05.

الذي ظهر جراء مؤثر"[1]، " فالأثر هو نتيجة الاتصال، وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء، وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي ويحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع، و تحسين الصورة الذهنية "[2].

كما أن كلمة أثر في الإعلام "ترجع إلى أية نتائج يمكن أن تنجم عن عمل وسائل الإعلام الجماهيري سواءً في ذلك النتائج المقصودة أو غير مقصودة " [3].

ج/–التعريف الإجرائي:

ونقصد بالأثر في هذه الدراسة: كل تغيير يطرأ على سلوكيات وتصرفات ومواقف فئة الطلبة الجامعيين، وقيمهم التي تعتبر معايير لتوجيه سلوكياتهم واتجاهاتهم بعد استخدامهم وتعرضهم لمحتويات شبكة الانترنيت، وبمعنى آخر ما يمكن أن تحدثه مضامين الانترنيت من تبديل أو تعديل أو تغيير أو تنمية أو تثبيت للقيم سواءً ايجابياً أو سلبياً.

2. الاستخدام:(usage)

أ/–التعريف اللُّغوي:

استخدم (استخدم الرجل غيره) استخدمه استخداماً، فهو مستخدم والآخر اتخذه خادماً، طلب منه أن يخدمه (استخدم الإنسان السيارة، الآلة،...الخ)، استعملها في خدمة نفسه[4].

ب/–التعريف الاصطلاحي:

يعرف الاستخدام "بأنه ما يستخدمه الفرد فعلياً من المعلومات، أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل، إضافة إلى أن الاستخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد، أو لا يرضيها وذلك عندما لا يجد المعلومات التي لا يحتاجها بالفعل" [5]، وهو" استخدام شيء ما أو أداة أو وسيلة أو عدة أشياء واستغلالها لتلبية حاجيات مهنية لدى الأفراد في حياتهم"[6]. ويرى **الدكتور عادل عبد الصادق**: «إن ما نجده في أيدينا من تطبيقات تكنولوجية بطبيعتها محايدة ولكن ما يعمل على بلورة نمط الاستخدام لها، ثقافة المستخدم وبيئته التي يعيش فيها وحالته النفسية، ونمط

[1] – Bernard Lamazit , Ahmed Slimane : **Dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et la communication**, ellipses, paris, 1997, p228.

[2] – حسين عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: **الاتصال ونظراته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط2، 2001، ص52.

[3] – سامية محمد جابر: **الاتصال الجماهيري، والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق**، دار المعارف الجامعية، القاهرة، د ط، 1998 ص61.

[4] – قاموس عام: **عربي فرنسي**، دار الكتب العلمية، بيروت، د ط، 2005، ص61.

[5] – عبد الحميد بلعباس: **إتاحة واستخدام مصادر المعلومات**، دراسة لاستخدام مصادر المعلومات من قبل طلبة الدراسات العليا بالمكتبة الجامعية محمد بوضياف، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم المكتبات والتوثيق، جامعة المسيلة 2006/2005، ص06.

[6] – أحمد عبدلي: **مستخدمو الانترنيت**، مذكرة خرج لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، قسم الإعلام ،2012-2013 ص06.

العلاقات الصراعية أو التعاونية التي يرتبط بها والتي تلعب دور في التأثير على الإدراك ونمط التفكير تم التأثير في السلوك سواءً كان سلبياً أو ايجابيا"[1].

وقد غلب توظيف مصطلح الاستخدام أو الاستعمال في أحيان أخرى مع تطور التكنولوجيا بصفة عامة، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال بصفة خاصة، وهذا لتجسيد العلاقة بين الإنسان المستخدم والآلة أو التقنية، وما يطبع هذه العلاقة من تفاعل ومشاركة، وما قد يؤدي في المستقبل من اندماج بين الإنسان والآلة ليس بالضرورة على المستوى الفيزيقي، وإنما على المستوى الوظيفي، ولا يمكن الحديث عن الاستعمال دون الحديث عن قيمته، أي **قيمة الاستعمال** (**valeur d'usage**)التي: " تدل ما للشيء من قدر وقيمة في نظر من يطلبه، وهو معنى لا يعني مجرد المنفعة، فقد يكون الشيء ذا قيمة عالية في نظر الناس لكن ليس له منفعة فعلية"[2].

ج/–التعريف الإجرائي:

نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة: الفعل الذي يربط الطلبة الجامعيين بوسيلة الانترنيت، أي تعاملهم وتفاعلهم معها، فهذا الاستخدام بحد ذاته يمثل سلوكاً ظاهرياً اتصالياً يحدث بفعل دوافع نفسية واجتماعية وعلمية، ولا نميز هنا في سلوك الاستخدام بين مختلف خدمات الانترنيت ومستوياتها الاتصالية (محادثة مواقع التواصل الاجتماعي، اتصال الكتروني، اتصال هاتفي، بحث، ألعاب اليكترونية ..الخ)،

3. القيم:(valeur)

أ/–التعريف اللُّغوي:

يشير أصل الكلمة إلى أنها لاتينية الأصل" فهي مأخوذة من الفعل المصرف (**vyleo**)الذي معناه أنا قوي: **je suis fort**، أنا في صحة جيدة **je suis en bonne santé** ، وهو معنى يتضمن فكرة الفعالية والتأثير والملائمة[3]، تدل كلمة القيمة على الثمن أو النوع، وما له قيمة فأنه يتصف بالثبات والدوام. كما أنها تعني الاستقامة، فقال ابن إسحاق، القيم هو المستقيم[4]، **والقّيمة:** هي الديانة المستقيمة، **قال تعالى :"وذلك دين القّيمة"[5]** متحدثاً عن الإسلام أي الدين الأقوم، **واستقام:** أي اعتدل ومنها الصراط المستقيم أي الصراط المعتدل، **وقال تعالى " وأن**

[1] –عادل عبد الصادق: **الشبكات الاجتماعية والقيم المحلية بين الثابت والمتغير**، مجلة لغة العصر، المركز العربي لأبحاث الفضاء الاليكتروني عدد ديسمبر 2016، ص01.

[2] – جميل صليبا: **المعجم الفلسفي**، الجزء الأول، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982، ص213.

[3]– الفيروز أبادي، محمد الدين محمد بن يعقوب: **القاموس المحيط**، دار إحياء التراث العربي، بيروت، لبنان، ط2، 2003 ص1062.

[4] – ابن منظور، المجلد 12، مرجع سابق، ص594.

[5] – سورة البينة، الآية 05.

هذا صراطي مستقيماً فاتبعوه ولا تتبعوا السبل فتفرق بكم عن سبيله" [1]، والقيم مشتقة من قوَم: أي قدَر الشيء وثمنه، وكتاب قيم أي ذو قيمة، وتقييم الشيء إعطاءه قيمة والتقويم إزالة العوج[2].

والقوام: هو العدل يقول تعالى مميزاً عباد الرحمان بميزات كثيرة منها أنهم **"إذا انفقوا لم يسرفوا ولم يقتربوا وكان بين ذلك قواما "[3]**.

وهكذا نجد أن معنى القيمة يحمل صفة تجعل الشيء أو المعنى أو الشخص مرغوباً وموضع تقدير لثباته واعتداله واستقامته.

ب/–التعريف الاصطلاحي:

أن أي محاولة لاستعراض معنى للقيم، كما يتداولها الناس يعتبر أمراً صعباً، لاختلاف المفكرين والباحثين في وضع تعريف شامل لهذا المفهوم.

كما أن القيم تعد "من ضمن المفاهيم التي اهتم بها الكثير من الباحثين والمفكرين في مجالات مختلفة كالفلسفة، التربية، الاقتصاد، علم الاجتماع ،...الخ، وقد ترتب عن ذلك نوع من الخلط والغموض في استخدام المفهوم من تخصص لآخر، بل يستخدم بتعدد داخل تخصص واحد[4].

وتعرف القيم بأنها "المعايير التي تقاس بها الأفعال الإنسانية في مجال من مجالات سلوك الإنسان الأخلاقية، والسياسية، والجمالية، والمنطقية، والاجتماعية، ولكون القيم معيار فإنها قد تحدد بعوامل موضوعية بحتة، وقد تتأثر بوجهة النظر الشخصية لمن يستخدمها كمعيار للحكم "[5].

فهناك من العلماء من يعرف القيمة بأنها:" الخير أو الشر" مثل **ببرPepper**، و **مور Moore ولامونت Lamont**، أما ببر**Pepper** فيقول "القيمة بأوسع معانيها هي أي شيء، خيرا كان أو شر"[6].

وهي "مفهوم يدل على مجموعة من التصورات والمفاهيم التي تكون إطارا للمعايير والأحكام والمثل والمعتقدات والتفضيلات التي تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية، بحيث تمكنه من

---

[1] – سورة الأنعام، الآية 153.

[2] – محمد عبد الحميد: **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام**، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط1، 1993، ص122.

[3]– سورة الفرقان، الآية 67.

[4] – عبد اللطيف محمد خليفة: **ارتقاء القيم**، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1992، ص30.

[5] – عبد الوهاب الكيالي: **الموسوعة السياسية**، ج4، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، عمان، الأردن، ط3، 1995، ص 836.

[6] – فوزية دياب: القيم **والعادات الاجتماعية**، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 1980، ص21، نقلاً عن Pepper ,S.C, The Sources of Value, p07.

اختيار أهداف وتوجهات لحياته ويراها جديرة بتوظيف إمكانياته وتتجسد من خلال الاهتمامات أو الاتجاهات أو السلوك العملي أو اللفظي بطريقة مباشرة وغير مباشرة.[1]

وهي" الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتديا بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، والذي يحدد المرغوب في والمرغوب عنه من السلوك. "[2]

وعرفها الباحث **عزي عبد الرحمن** "ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما يمكن أن تتجسد فيه القيم "[3].

ج /–التعريف الإجرائي:

ونقصد بالقيم قي هذه الدراسة: هي المبادئ والأفكار والأحكام والمعتقدات التي مصدرها القرآن والسنة، يتمثلها ويلتزم بها الطالب الجامعي، تتكون لديه من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية، ويعتمدها كمنطلقات وركائز لمختلف مجالات حياته، وتفصح عن نفسها من خلال الاهتمامات والاتجاهات والتصرفات والسلوك العملي أو اللفظي أو غير الفظي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وهذه القيم محل الدراسة.

VIII. مجالات الدراسة

1– المجال المكاني: تتمثل الحدود المكانية للدراسة في مدينة المسيلة (M'sila)، جامعة محمد بوضياف

2–المجال البشري: ومجتمعنا الكلي لهذه الدراسة هو مجتمع واسع من الطلبة الجامعيين الجزائريين الذين يزاولون دراستهم في المعاهد والكليات والمدارس الجزائرية باختلاف تخصصاتها.

3–المجال الزمني: أجريت هذه الدراسة ميدانياً خلال الفصل الدراسي الثاني من السنة الجامعية 2016/2015، والتي تمثلت في توزيع استمارات الاستبيان على عينة الدراسة (عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة) خلال شهري ماي وجوان 2016 لتبدأ عملية تفريغ البيانات وتحليلها كمياً وكيفياً.

4–عينة الدراسة: تم اختيار عينة قصدية من طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية "قسم الإعلام والاتصال" بجامعة المسيلة ممن يستخدمون الانترنيت، وهي عينة متاحة مكانياً وزمنياً من الجامعة السابقة، قوامها 467 مفردة.

---

[1] – علي خليل مصطفى: **القيم الإسلامية والتربية –دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها** مكتبة إبراهيم حلبي، المدينة المنورة، د ط، 1988، ص34.

[2] – فوزية دياب: القيم **والعادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية**، دار النهضة العربية، بيروت، د ط 1980، ص16.

[3] – عزي عبد الرحمن: **الثقافة وحتمية الاتصال نظرة قيمية**، مجلة المستقبل العربي، العدد 295، سبتمبر،2003، ص15.

IX. منهج الدراسة : اعتمدنا على المنهج الوصفي حيث أن الدراسات الوصفية ليست "مجرد جمع البيانات والحقائق، وإنما هي تعني بجمع الحقائق واستخلاص دلالاتها طبقاً لأهداف الدراسة، و لا يأتي ذلك بغير تصنيف دقيق للبيانات، وتناولها بالصورة التي تجعلها تفصح عن الاتجاهات الكامنة فيها "[1]، و تنطوي الدراسات الوصفية على رصد للواقع، وما يتبع ذلك من تحليل وتفسير لهذا الواقع استناداً إلى الدراسات والأبحاث والمصادر التي تناولته.

X.أدوات الدراسة: انطلاقا من إشكالية الدراسة وفرضياتها والأهداف المسطرة للدراسة لجأنا لاستخدام ثلاث أدوات لجمع البيانات في إطار المنهج الوصفي وأكثرها ملائمة، وهي: الملاحظة البسيطة، والمقابلة المفتوحة (الحرة) و الاستبيان بالمقابلة كأداة رئيسية.

. **الاستبيان:** حيث تم جمع بيانات الدراسة باستخدام صحيفة استبيان مقننة تحتوي على عدة مقاييس لقياس متغيرات الدراسة.

وقد استخدمت الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات في هذه الدراسة ذلك لأنها: تعتبر الأكثر ملائمة للوصول إلى معلومات يمتلكها المبحوث لوحده، مثل دوافع وأنماط الاستخدام...، إضافة إلى ملاءمة ظروف العينة المختارة التي تتكون من طلبة الجامعيين في تخصص إعلام واتصال القادرين على فهم الأسئلة والإجابة عليها بشكل جيد، ولهذا قمنا بتقسيم محتوى الاستبيان إلى أربعة محاور أساسية وهي كالتالي:

– **المحور الأول**: محور عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للانترنيت، ويضم 15سؤال (1-15).

– **المحور الثاني**: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للانترنيت، ويضم سؤالاً واحداً (السؤال رقم 16)، ويحوى 12 عبارة مقسمة على 06 دوافع طقوسية و06 دوافع نفعية، ورتبت في جدول من (1-12).

– **المحور الثالث**: قياس القيم، ويضمن ثلاثة أسئلة(17-19).

– **المحور الرابع**: آثار الانترنيت على عادات الطلبة الجامعيين ومواقفهم وسلوكياتهم، ويضم سؤال واحد (السؤال رقم 20)، ويحتوي على 23 عبارة لتأثيرات سلبية.

– **المحور الخامس**: البيانات الشخصية: وهي النوع، السن، المستوى الجامعي، مكان الإقامة، منطقة السكن، الحالة المدنية.

XI.الأساليب الإحصائية للدراسة: تمت معالجة البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية لاستخراج النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأوزان النسبية للفقرات لمحور الدوافع والقيم، وإحصائيات **اختبار**

[1] – زيدان عبد الباقي: **قواعد البحث العلمي**، دون دار نشر، دون بلد نشر، ط1، 1972، ص135.

بيرسون لمحور عادات وأنماط الاستخدام ومحور القيم، وهذا من أجل تبيان الفروق بين المتغيرات، أما محور السلوكيات والتأثيرات فكتفينا بالنسب الإحصائية بعد جمعها في الاتجاه الموجب(أوافق وأوفق بشدة)، والاتجاه السالب (لا أوافق ولا أوفق بشدة) والمقارنة بينها، ومن أجل التوضيح أكثر اعتمدنا على الدوائر النسبة والأعمدة التكرارية فيما يخص المحور الأول المتعلق بأنماط وعادات و المحور الثاني المتعلق بدوافع استخدام الانترنيت بالنسبة للطلبة الجامعيين، أما باقي المحاور المرتبطة بالقيم والسلوكيات والتأثيرات السلبية التي تحوي متغيرات كثيرة فاعتمدنا على **مخطط الرادار "كيفيات" Diagramme de Kiviat, Diagramme en radar**

2– الجانب التطبيقي:

XII.عرض وتحليل البيانات الميدانية:

تتناول الدراسة اثر استخدام الانترنيت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين –عينة من طلبة جامعة المسيلة– أنموذجا مع التطبيق على عينة بلغ حجمها 467 مفردة ، وبناء على الأسئلة التي تحاول الدراسة الإجابة عنها والبيانات التي تم جمعها وتحليلها سيتم عرض أهم النتائج وتفسيرها، ومناقشتها في ضوء المقتربات النظرية والدراسات السابقة والفرضيات .

علوم الإعلام والاتصال من الذكور، وبالتالي فتلك النسب تعبر عن مجتمع الدراسة بصورة واقعية.

أولاً: دوافع استخدام الانترنيت.

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لدوافع الاستخدام.

م	النسبة والتكرار والدرجة / الدافع	بدرجة كبيرة 3		إلى حد ما 2		لا 1		المتوسط الحسابي (م/ح)	الوزن النسبي % (و/ن)	الترتيب (ت)	النتيجة (الاتجاه)
		ك	%	ك	%	ك	%				
1	الشعور بالوحدة	37	7.9	316	67.7	114	24.4	01.83	60.10	11	إلى حد ما
2	البحث عن الرفقة	213	45.6	162	34.7	92	19.7	02.26	75.32	06	إلى حد ما
3	نسيان الهموم والهروب من المشاكل	155	33.2	228	48.8	84	18	02.15	71.66	07	إلى حد ما
4	تمضية وقت الفراغ	166	35.5	301	64.5	–	–	02.35	78.32	04	بدرجة كبيرة
5	التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات	60	12.8	174	37.3	233	49.9	01.63	54.32	12	لا

	افتقدتها في الواقع المعاش										
6	المرح ،التسلية والترفيه	216	46.3	239	51.2	12	2.6	02.43	80.10	03	بدرجة كبيرة
7	اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة	279	59.7	188	40.3	–	–	02.60	86.65	01	بدرجة كبيرة
8	التواصل مع الآخرين	216	46.3	244	52.2	07	1.5	02.44	81.32	02	بدرجة كبيرة
9	فهم الكثير من الأمور الحياتية	183	39.2	120	25.7	164	35.1	02.04	67.10	09	إلى حد ما
10	اكتساب صداقات جديدة من خلال الانترنيت	126	27.0	275	58.9	66	14.1	02.13	70.10	08	إلى حد ما
11	مناقشة بعض الأمور مع الآخرين	180	38.5	262	56.1	25	5.4	02.33	77.65	05	إلى حد ما
12	تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين	121	25.9	162	34.7	184	39.4	01.86	61.10	10	إلى حد ما
النتيجة النهائية		1852	33.0	2673	47.69	981	17.5	02.17	72.32		إلى حد ما

من خلال قراءة مؤشرات البيانات الإحصائية المرتبطة بالمتوسط الحسابي، والوزن النسبي تظهر لنا أن المتوسطات الحسابية للدوافع تتراوح بين(2.60-1.63)، وتراوحت الأوزان النسبية كذلك بين (86.65-45.32)، كما أن دوافع استخدام الانترنيت عند أفراد العينة من الطلبة الجامعيين تتنوع بين دوافع طقوسية ودوافع نفعية، وكلها تجاوزت أوزانها النسبية الخمسين بالمائة(50%)، لكنها تختلف في درجة الدافعية والتقدير لهذه الدوافع بالنسبة لأفراد العينة، حيث كانت أكثر الأوزان النسبية ارتفاعاً من نصيب دافع" اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بوزن نسبي قدر ب 86.65%، يليه دافع " التواصل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب 81.32 %، يليه دافع "المرح، التسلية والترفيه" بنسبة وزن نسبي قدر ب80.10%، ودافع "تمضية وقت الفراغ" بوزن نسبي قدر ب78.32%، وكانت أكثر الأوزان النسبية انخفاضاً من نصيب "دافع التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدتها في الواقع المعاش" بنسبة 54.32%، ودافع "الشعور بالوحدة " بنسبة 60.10%، ودافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بنسبة 61.10%.

وتظهر النتائج النهائية أن دوافع: "الشعور بالوحدة"، و" البحث عن الرفقة"، و"نسيان الهموم وهروب من المشاكل"، و" فهم الكثير من الأمور الحياتية" و"اكتساب صداقات جديدة من خلال الانترنيت" و"مناقشة يعص

الأمور مع الآخرين"، و"تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين"، و" مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي" حصلت على درجة تقدير نهائية "إلى حد ما"، أما الدوافع المتمثلة في: "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة"، و"التواصل مع الآخرين" و"تمضية وقت الفراغ" و"المرح، والتسلية والترفيه"، حصلت على تقدير "درجة كبيرة"، وتم رفض دافع وحيد يتمثل في "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدتها في الواقع المعاش".

ويمكن تفسير هذه النتائج أن أفراد العينة من الطلبة الجامعيين تتنوع دوافعهم لاستخدام الانترنيت لكن أهم دوافعهم مرتبطة بالتواصل مع الآخرين، واكتساب معارف في مجالات مختلفة توفرها الانترنيت بمستوياتها الاتصالية والمعرفية المختلفة، وكذا المرح والتسلية والترفيه وتمضية الوقت، وهي الدوافع التي احتلت المراتب الأولى، وهي دوافع تتوافق مع نتائج مجالات استخدام الانترنيت عند الطلبة التي صرحوا بها في المحور الأول من الدراسة، أما الدوافع التي جاءت في مراتب متأخرة متعلقة ب:"التعبير عن مشاعر افتقدها في الواقع المعاش"، ودافع "التعلم وإجادة التعامل مع الآخرين"، و"الشعور بالوحدة ، كما إن مجموع إجابات أفراد العينة الكلية تحصلت على وزن نسبي قدر ب72.32%، ومتوسط حسابي نهائي كلي بلغ 2.17، وهو يقع في مجال " إلى حد ما"، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية لأفراد العينة بالأعمدة التكرارية.

الجدول رقم (03): يوضح ترتيب دوافع استخدام الانترنيت وفقاً لمتغير النوع.

النوع / والترتيب والاتجاه / الدافع	النوع									
	ذكور (ن=167)				إناث(ن=300)					الفرق بين الترتيبين
	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي %	ت	النتيجة	الدافع	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي %	ت	النتيجة (الاتجاه)	
01	01.73	57.66	12	إلى حد ما	01	01.89	63.10	10	إلى حد ما	02
02	02.28	75.99	08	إلى حد ما	02	02.24	74.88	06	إلى حد ما	02
03	02.29	76.32	06	إلى حد ما	03	02.07	69.10	07	إلى حد ما	01
04	02.49	82.99	04	بدرجة كبيرة	04	02.28	75.99	04	إلى حد ما	0
05	01.76	58.66	11	إلى حد ما	05	01.55	51.88	12	لا	01
06	02.52	83.99	03	بدرجة كبيرة	06	02.38	79.54	02	بدرجة كبيرة	01
07	02.78	92.65	01	بدرجة كبيرة	07	02.49	83.10	01	بدرجة كبيرة	0
08	02.66	88.65	02	بدرجة كبيرة	08	02.33	77.66	03	إلى حد ما	01
09	02.28	75.99	08	إلى حد ما	09	01.90	63.55	09	إلى حد ما	01
10	02.29	76.32	06	إلى حد ما	10	02.03	67.88	08	إلى حد ما	02
11	02.43	80.99	05	بدرجة كبيرة	11	02.27	75.77	05	إلى حد ما	0
12	02.18	72.65	10	إلى حد ما	12	01.69	56.32	11	إلى حد ما	01
النتيجة النهائية	02.30	76.90		إلى حد ما		02.09	69.77		إلى حد ما	

يظهر من خلال هذا الجدول أن المتوسطات الحسابية للدوافع بالنسبة لفئة الإناث تراوحت بين(2.49-1.55)، وأوزانها النسبية تراوحت بين(83.10-51.88)، فقد احتل دافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" المرتبة الأولى بوزن نسبي قدر ب 83.10% أما دافع "المرح، التسلية والترفيه" فقد احتل المرتبة الثانية، حيث بلغ الوزن النسبي له 79.54%، وهذان الدافعان يتراوح متوسط حسابهما بين 2.34 و3، وبالتالي هما بتقدير درجة كبيرة، بينما احتل دافع "التواصل مع الآخرين" المرتبة الثالثة بوزن نسبي قدر ب77.66%، وبمتوسط حسابي مرجح قدر ب02.33 يقع في مجال تقدير إلى حد ما ، بينما تم رفض دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر ب51.88%، و متوسط حسابي قدر ب 01.55، بينما دوافع: "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" و"الشعور بالوحدة"، و "فهم الكثير من الأمور الحياتية" احتلت المراتب الأخيرة بأوزان نسبية قدرت ب 56.32 % و63.10 % و63.55 % على التوالي، وكانت متوسطاتها الحسابية المرجحة تتراوح بين 1.66 و2.32 ، وبالتالي فهي بتقدير إلى حد ما.

وعند فئة "الذكور" تراوحت المتوسطات الحسابية بين (2.87-1.73)، وأوزان نسبية تراوحت بين(92.65-57.66)، حيث احتل كذلك دافع " اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" المرتبة الأولى بوزن نسبي قدر92.65 %، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب88.65 %، يليه دافع" المرح التسلية والترفيه" بوزن نسبي قدر ب 83.99 %، وبتقدير درجة كبيرة، ونلاحظ أن هناك اتفاق بين الذكور والإناث فيما يخص الدوافع الأولى الثلاث، لكنها تختلف نسبياً في مستوى ودرجة تقديراتها، أما أدنى الأوزان النسبية عند فئة "الذكور" فقد كانت من نصيب دافع "الشعور بالوحدة"، ودافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش"، ودافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بأوزان نسبية قدرت ب57.66 %و58.66 %و72.65 %على التوالي، وبتقدير إلى حد ما، كما نلاحظ غياب الدوافع المرفوضة لدى فئة "الذكور"، وعلى العموم فإن الإجابات الكلية النهائية لدوافع استخدام الانترنيت عند الفئتين(ذكور وإناث) جاءت في اتجاهها العام بتقدير إلى حد ما لكل منها بوزنين نسبيين عاميين هما: 76.90%عند فئة الذكور، و69.77% عند فئة "الإناث"، ومتوسطين حسابين عاميين هما 02.30 و02.09 على التوالي.

كما يتضح من خلال الجدول أنه لم يحدث تغيير كبير في ترتيب الدوافع لدى أفراد العينة من الجنسين، مما يشير إلي عدم وجود اختلاف كبير في ترتيب الدوافع في علاقاتها باستخدام الانترنيت حسب النوع، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه الدوافع عند أفراد العينة، وانتقالها حسب الدراجات الثلاث تبعاً لمتغير النوع.

ثانياً: هل استخدام الانترنيت يساعد الطلبة على الارتباط أكثر بالقيم محل الدراسة؟

الجدول رقم (04): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدام الانترنيت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟.

السؤال: هل استخدامك للانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية ؟		الاتجاهات												
الاتجاه والتكرار والنسبة / القيم		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		المتوسط الحسابي المرجح (م/ح)	الوزن النسبي % (و/ن)	الترتيب (ت/ق)
		1		2		3		4		5				
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
1	التفوق	09	1.9	128	27.4	53	11.3	140	30.0	137	29.3	03.28	65.6	17
2	احترام الوقت	19	4.1	163	34.9	37	7.9	151	32.3	97	20.8	03.31	66.2	16
3	الاحتشام	–	–	89	19.1	42	09.0	111	23.8	225	48.2	04.01	80.2	10
4	الالتزام الديني	–	–	97	20.8	62	13.3	143	30.6	165	35.3	03.80	76.0	14
5	الاستقلالية	25	5.4	31	6.6	46	9.9	227	48.6	138	29.6	03.90	78.0	11
6	تحمل المسؤولية	–	–	77	16.5	33	7.1	253	54.2	104	22.3	03.82	76.4	13
7	التسامح	–	–	10	2.1	27	5.8	307	65.7	123	26.3	04.16	83.2	7
8	احترام خصوصية الآخرين	–	–	29	6.2	18	3.8	301	64.5	119	25.5	04.09	81.8	8
9	الحرية	–	–	45	9.6	39	8.4	161	34.5	222	47.5	04.20	84.0	5
10	التعاون	–	–	21	4.1	34	7.3	172	36.8	240	51.4	04.35	87.0	2
11	طلب العلم	–	–	47	10	39	8.4	128	27.4	253	54.2	04.25	85.0	4
12	حسن التواصل مع الآخر	–	–	–	–	24	5.1	210	45.0	233	49.9	04.44	88.8	1
13	الانتماء وحب الوطن	–	–	09	1.9	79	16.9	239	51.2	140	30	04.09	81.8	9
14	الصداقة	–	–	–	–	39	8.4	307	65.7	121	25.9	04.17	83.4	6
15	الصدق	18	3.9	26	5.6	77	16.5	243	52.0	103	22.1	03.82	76.4	12
16	الابتكار	–	–	122	26.1	83	17.8	152	32.5	110	23.6	03.53	70.6	15
17	احترام الأسرة	16	3.4	–	–	59	12.6	159	34.0	233	49.9	04.27	85.4	3
النتيجة النهائية		87	01.09	894	11.26	791	09.96	3404	42.87	2663	33.54	04.20	79.4	

عند قراءة بيانات المتوسط الحسابي والوزن النسبي للقيم محل الدراسة نلاحظ أن المرتبة الأولى عادت إلى قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بوزن نسبي بلغ 88.8 %، والمرتبة الثانية لقيمة "التعاون" بوزن نسبي بلغ 87.0 %، و المرتبة الثالثة عادت لقيمة "احترام الأسرة" بوزن نسبي بلغ 85.4% والمرتبة الرابعة من نصيب قيمة "طلب العلم" بوزن نسبي قدر ب85.0 %، أما المرتبة الأخيرة فقد عادت لقيمة "التفوق" بوزن نسبي بلغ 65.6 %والمرتبة ما قبل الأخيرة كانت من نصيب قيمة "احترام الوقت وتقديره" بوزن نسبي قدر ب66.2 % ، كما أن قيمة "الابتكار" احتلت مرتبة متأخرة قبل قيمة "احترام الوقت وتقديره" بوزن نسبي بلغ70.6%.

كما يبن لنا المتوسط الحسابي أن هناك15 اتجاهاً ايجابياً عند أفراد العينة من الطلبة الجامعين نحو القيم محل الدراسة وهي قيم: الاحتشام، الالتزام الديني، الاستقلالية، تحمل المسؤولية، التسامح، احترام خصوصية الآخرين، الانتماء وحب الوطن، الصداقة، الصدق، الابتكار، حيث كانت متوسطاتها الحسابية تتراوح بين 3.40 و4.19، وهو المجال المعبر عن درجة "أوافق"، وقيم: الحرية، التعاون، طلب العلم حسن التواصل مع الآخر، متوسطاتها الحسابية تراوحت بين 4.20 و5، وهو المجال المعبر عن درجة "أوافق بشدة" وهي كلها مجتمعةً تمثل الاتجاه الايجابي عند أفراد العينة الطلبة فيما يخص اعتقادهم في أن الانترنيت ساعدهم على الارتباط أكثر بهذه القيم.

ويبين لنا المتوسط الحسابي أن الاتجاه المحايد كان لقمتي "التفوق"، و"احترام والوقت وتقديره" بينما غابت الاتجاهات السلبية، وبهذا فتكون النتيجة النهائية الكلية لمجموع الإجابات تمثل الاتجاه الموجب وهو الغالب، ويمكن تأكيد ذلك بحساب المتغير الحسابي المرجح الكلي للجدول الذي بلغ 04.20، وهو يقع في مجال درجة "أوافق".

ويمكن تفسير هذه النتائج مبدئياً أن استخدام الانترنيت لا يؤثر سلباً على قيم أفراد العينة الطلبة الجامعيين وإنما يعززها، حيث أن أغلبية أفراد العينة يقرون بمساعدة الانترنيت على الارتباط أكثر بالقيم محل الدراسة لكن بدرجات متفاوتة، إلاَّ في بعض القيم التي لا تلقى التشجيع والاهتمام من طرف فئات واسعة من أفراد المجتمع في وقتنا الحالي وهي: (التفوق، احترام وتقدير الوقت، الابتكار.) وهذا ما يظهر في نسب أوزانها المنخفضة مقارنة بالقيم الأخرى. كما نلاحظ أن هناك تفاوت في مستوى الاعتقاد لدى أفراد العينة على الارتباط بالقيم، وهذا راجع إلى طبيعة كل قيمة وعلاقتها بالنسق القيمي لأفراد العينة من الطلبة الجامعيين.

و فيما يخص قيم (التفوق، الابتكار، تقدير الوقت.) والنسب الضعيفة التي أجاب بها أفراد العينة مقارنة مع النسب الأخرى التي صرحوا بها، فإن ذلك قد يرجع إلى واقع مؤسسات التنشئة الاجتماعية بصفة عامة من أسرة، و مدرسة، و جامعة..الخ، والمجتمع ككل الذي لم يغرس هذه القيم في أذهان الشباب بصفة عامة و الطلبة بصفة خاصة، حيث الفرد ينشئ على عدم احترام الوقت وتقديره فيما ينفعه كما أن التفوق والابتكار تراجعهما راجع إلى أن الواقع المعاش بصفة عامة وما افرزه من روح انهزامية لا تشجع على التفوق والإبداع، على الرغم من أن هذه الفئة المفروض أن تكون حاملة لشعار النجاح والتفوق في مؤسسة النجاح والابتكار، ألاَّ و هي الجامعة، وفي وجود وسيلة اتصالية و إعلامية ومعرفية ابتكاريه كان من المفروض أن تشجع على هذه القيم(خصوصاً التفوق والابتكار)، وهذه النتيجة تتوافق مع نتائج سؤال مجالات الاستخدام التي تضع استخدام الانترنيت في العلم والمعرفة في مراتب متأخرة

نوعاً ما مقارنة بالمجالات الأخرى، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يعطينا نظرة على أن استخدام الطلبة للانترنيت والارتباط بقيمة العلم التي جاءت في المرتبة الرابعة يكون مقتصر فقط على إعداد البحوث والمذكرات بعيداً عن النظرة الإبداعية و الابتكارية للأمور المختلفة لحياة الطالب ككل.

كما يمكن أن نفترض أن الوضع الاجتماعي والثقافي للمجتمع الذي نعيش فيه لا يولي أهمية للوقت والتفوق والابتكار كما هو الحال في المجتمعات المتقدمة، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات القيم عند أفراد العينة.

الجدول رقم(5): يوضح ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير النوع.

النوع / والمتوسط الحسابي والوزن النسبي / القيم	ذكور(ن= 167)				إناث(ن= 300)				الفرق بين الترتيبين
	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي %	ت	النتيجة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي %	ت	النتيجة	
01	03.70	74.13	15	أوافق	03.50	70.00	15	أوافق	00
02	03.64	72.93	17	أوافق	03.12	62.4	17	محايد	00
03	04.04	80.83	08	أوافق	03.99	79.86	10	أوافق	02
04	03.82	76.40	14	أوافق	03.73	75.93	12	أوافق	02
05	03.97	79.40	10	أوافق	03.86	77.33	11	أوافق	01
06	03.95	79.16	11	أوافق	03.74	74.93	13	أوافق	02
07	04.20	84.07	04	أوافق بشدة	04.14	82.8	09	أوافق	05
08	03.92	78.56	12	أوافق	04.18	83.66	08	أوافق	04
09	04.11	82.27	06	أوافق	04.24	84.93	05	أوافق بشدة	01
10	04.40	88.02	01	أوافق بشدة	04.32	86.46	02	أوافق بشدة	01
11	04.18	83.71	05	أوافق	04.29	85.93	03	أوافق بشدة	02
12	04.30	85.98	02	أوافق بشدة	04.53	90.60	01	أوافق بشدة	01
13	03.90	78.08	13	أوافق	04.19	83.93	07	أوافق	06
14	04.09	81.91	07	أوافق	04.22	84.40	06	أوافق بشدة	01
15	03.99	79.88	09	أوافق	03.73	74.73	14	أوافق	05
16	03.68	73.65	16	أوافق	03.45	69.06	16	أوافق	00
17	04.23	84.67	03	أوافق بشدة	04.25	85.06	04	أوافق بشدة	01
النتيجة النهائية	04.0	80.0		أوافق	03.97	79.4		أوافق	

ومن أجل تأكيد ما تقدمنا به في الجدول السابق اعتمدنا على جدول يتعلق بالمتوسط الحسابي المرجح والوزن النسبي والترتيب والنتيجة لكل القيم محل الدراسة.

و اتضح لنا من خلال الجدول رقم (5) أن كل أفراد العينة من فئة الذكور يعتقدون أن استخدامهم للانترنيت والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على أن يرتبطوا أكثر بالقيم محل الدراسة(المذكورة في الجدول) حيث أن المتوسطات الحسابية لإجابات فئة الذكور تراوحت بين(3.64-4.40)، وأوزان نسبية تراوحت بين(72.93-88.02)، إذ بلغ أعلى وزن نسبي لقيمة "التعاون" بنسبة88.02%، تليه قيمة" حسن التواصل مع الآخر" بوزن نسبي قدر ب 85.98%، تليه قيمة" احترام الأسرة" بوزن نسبي قدرب84.67%، ومن جهة أخرى كانت أدنى الأوزان النسبية عند فئة الذكور لقيمة "احترام وقت وتقديره" بوزن نسبي بلغ 72.93%، وقيمة "الابتكار" بوزن نسبي قدر73.65%، وقيمة "التفوق" بوزن نسبي بلغ74.13%. وهي نسب تفوق الخمسين بالمائة رغم أنها تحتل المراتب الأخيرة في اعتقاد أفراد العينة من الذكور، وهذا يعنى على العموم أن هناك 17 اتجاهاً إيجابياً(كل القيم) نحو القيم محل الدراسة عند فئة الذكور، وهذا ما تؤكده النتيجة النهائية المعبرة عن كل الإجابات عند فئة الذكور التي كانت ايجابية بوزن نسبي قدر ب80.0 %، ومتوسط حسابي مرجح لكل الإجابات قدر ب04.00، والذي يقع في مجال "أوافق".

ويتضح لنا كذلك من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة من الإناث يعتقدن أن استخدام الانترنيت والتعرض لمحتوياتها ساعدهن على أن يرتبطن أكثر بالقيم المذكورة في الجدول، إلاَّ في حالة واحدة متعلقة بقيمة "احترام الوقت وتقديره" حيث كن غير متأكدات بشأنها بوزن نسبي بلغ 62.40 ومتوسط حسابي مرجح قدر ب03.12، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لإجابات الإناث(3.12-4.53)، وأوزان نسبية تراوحت بين(90.60-62.40)، وبلغ أعلى وزن نسبي عند فئة الإناث لقيمة "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة 90.60%، تليه قيمة "التعاون" بنسبة 86.46%، تليه قيمة" طلب العلم" بوزن نسبي قدر ب85.39%، أما أدنى المستويات النسبية كانت من نصيب قيمة" احترام والوقت وتقديره" بنسبة62.40%، وقيمة "الابتكار" بوزن قدر ب 69.06%، وقيمة "التفوق" بوزن نسبي قدر ب70.0%، وعلى العموم فإن النتيجة النهائية لمجل الإجابات عند الإناث كانت ب16 اتجاهاً ايجابياً اتجاه القيم، واتجاهاً واحداً محايداً لقيمة "احترام الوقت وتقديره" مع غياب الاتجاهات السلبية، وكانت النتيجة النهائية الكلية ايجابية بدرجة "أوافق"، وذلك بوزن نسبي قدرب79.40%، ومتوسط حسابي مرجح قدر ب03.97.

ويتضح كذلك من خلال الجدول أنه يوجد تغير في ترتيب بعض القيم لدى أفراد العينة من الجنسين وهي قيم: الانتماء وحب الوطن، الصدق، التسامح، احترام خصوصية الآخرين، وهذا التغير الذي يظهر في ترتيب القيم وهرميتها بين النوعيين، قد يكون نتيجة عوامل شخصية أو بيئية أو حتى عوامل مرتبطة بالوسيلة وما تحققه للأفراد العينة سواءً كانوا ذكوراً أو إناثاً، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات القيم عند أفراد الفئتين.

XII نتــائج الدراسة:

1– إن أغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يوافقون على أن استخدامهم للانترنيت والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا يناقض الكثير من الدراسات القائلة بأن الانترنيت بمستوياتها الاتصالية المختلفة لا تقوم بنشر القيم وتعزيزها وتنميتها لدى الشباب بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة بالقيم، وتوافقت مع دراسة **الباحث بطرس الحلاق**.

2– وتوصلت الدراسة إلى تصدر قيم: «حسن التواصل مع الآخر"، "التعاون"، "احترام الأسرة"، "طلب العلم"، "الحرية" " الصداقة"، "التسامح"، "احترام خصوصية الآخرين" المراتب الأولى من حيث موافقة أفراد العينة عليها بأوزان نسبية مرتفعة، ومن جهة أخرى احتلت قيم: «الالتزام الديني"، الابتكار"، "احترام الوقت وتقديره"، قيمة "التفوق" المراتب الأخيرة من حيث مقدرة الانترنيت على مساعدة أفراد العينة على الارتباط أكثر بهذه القيم

3–الاتجاه العام لكل إجابات أفراد العينة كان في الاتجاه الموجب حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي 04.20 الذي يقع في مجال " أوافق بشدة".

4–الاتجاه العام لكل المتغيرات (النوع، السن، المستوى الجامعي، منطقة السكن، الحالة المدنية) حول مقدرة الانترنيت على جعل الطلبة يربطون أكثر بالقيم محل الدراسة في الاتجاه الموجب مع وجود اختلافات في الدرجات(موافق بشدة، وموافق).

5–أن أغلبية أفراد العينة لا يعتقدون أن استخدام الانترنيت جعلهم يقومون بسلوكيات سلبية (المتضمنة لقيم محل الدراسة)، وإنما سلوكياتهم بقيت ايجابية بعد الاستخدام تتوافق مع قيمهم الموجبة. وهذا باستثناء سلوك واحد، وهو السلوك المعبر عن قيمة الصداقة.

6–إن أغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يوافقون على أن استخدامهم للانترنيت والتعرض لمحتوياتها عزز لديهم القيم محل الدراسة.

خاتمة:

لقد حاولنا في الدراسة معالجة إحدى أهم المواضيع في كل المجتمعات والدول، وهي فئة الطلبة الجامعيين باعتبارهم فئة مميزة، بل هم أكثر فئات المجتمع حركة ونشاطاً وإبداعاً، والانشغال بقضايا الطلبة الجامعيين مرده إلى السلوكيات غير السوية التي تنتج عنهم نتيجة تعاملهم مع وسائل الإعلام المختلفة سواء التقليدية أو الحديثة، وخاصة الانترنيت ومواقع التواصل الاجتماعي، وهذه السلوكيات غير السوية تؤدي لحالة إلى فقدان الطلبة لقيمهم ومعاييرهم الاجتماعية والانسلاخ عن هويتهم وثقافاتهم.

وكانت نتائج دراستنا في عدة مستويات منها أن هناك فروق واضحة في عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للانترنيت باختلاف المتغيرات الشخصية والديمغرافية، واستنتجنا كذلك أن دوافعهم العليا لاستخدام الانترنيت تركزت في الأساس على: اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة، والتواصل مع الآخرين، والمرح والتسلية والترفيه، أما الدوافع الدنيا تركزت على تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين والشعور بالوحدة، وتم رفض دافع التعبير عن مشاعر وآراء افتقدها في الواقع المعاش.

أما فيما يتعلق بالقيم فإن أغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يعتقدون أن الانترنيت بمستوياتها الاتصالية والمعرفية المختلفة ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم محل الدراسة، وهذا يدل على أن الطلبة يتعاملون مع محتويات الانترنيت ومضامينه بما يتلاءم مع قيمهم، يرفضون مع يعارضها، تلك القيم التي صقلتها فيهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية، ومنها الأسرة التي قيل بأنها استقالت عن أداء دورها، وتركته لوسائل الإعلام والاتصال المختلفة، وهذا يقودنا إلى القول بأن المحدد الرئيس لقيم الطلبة الجامعيين ليس الانترنيت بمستوياتها المختلفة، وإنما مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي عملت على ترسيخ فيهم هذه القيم في بداية تنشئهم منذ الصغر، وفي الأخير يجب أن نشير أن الانترنيت كوسيلة إعلامية واتصالية في تطور مطرد لا أحد يستطيع أن يتنبأ لما تؤول إليه في المستقبل، وبالتالي قد تكون لها تأثيرات سلبية على سلوكيات الطلبة الجامعيين، لا تستطيع أن تصدها القيم المرسخة للأفراد من قبل مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي هي الأخرى أصبحت تعاني بفعل ظروف اقتصادية واجتماعية وسياسية مختلفة وتعاني كذلك بفضل الانترنيت في حد ذاتها، هذا ما يدعو إلى مواصلة البحث في هذه الإشكالات لتكون مسايرة للتحولات التكنولوجية والاتصالية التي عرفتها مجتمعاتنا.

الهوامش:

[1] – فهد بن على الطيار: **شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة " تويتر نموذجا"–دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود**، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، الرياض، 2014، ص1193-226.

[2] – بطرس الحلاق: **أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة، موقع فيسبوك نموذجا"**، مجلة شمرا أكاديميا، جامعة تشرين سوريا 2016/2015

[3]– ابن منظور: **لسان العرب**، المجلد 09، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط1، 2003، ص423.

[4]– عبد المنعم الحفني: **المعجم الشامل للمصطلحات الفلسفية**، مكتبة مدبولي، القاهرة، ط1، 2000، ص173.

[5]– مجمع اللغة العربية: **المعجم الوسيط**، مكتبة الشروق الدولية، المجلد1 ، ط4، 2004، ص173.

[6] – القران الكريم، **سورة يس**، الآية **12**.

[7]– ابن منظور: **لسان العرب المحيط**، المجلد 4، دار الفكر، بيروت، لبنان، ط1، 1990، ص05.

[8] - Bernard Lamazit , Ahmed Slimane : **Dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et la communication**, ellipses, paris, 1997, p228.

[9] – حسين عماد مكاوي، ليلي حسين السيد:**الاتصال ونظراته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط2، 2001، ص52.

[10]–سامية محمد جابر: **الاتصال الجماهيري، والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق**، دار المعارف الجامع

[11] –سامية محمد جابر: **الاتصال الجماهيري، والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق**، دار المعارف الجامعية، القاهرة، د ط، 1998 ص61.

[12]–قاموس عام: **عربي فرنسي**، دار الكتب العلمية، بيروت، د ط، 2005، ص61.

[13] –عبد الحميد بلعباس: **إتاحة واستخدام مصادر المعلومات**، دراسة لاستخدام مصادر المعلومات من قبل طلبة الدراسات العليا بالمكتبة الجامعية محمد بوضياف، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم المكتبات والتوثيق، جامعة المسيلة 2005 /2006، ص06.

[14] –أحمد عبدلي: **مستخدمو الانترنيت**، مذكرة خرج لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، قسم الإعلام ،2012-2013 ص06.

[15] –عادل عبد الصادق: **الشبكات الاجتماعية والقيم المحلية بين الثابت والمتغير**، مجلة لغة العصر، المركز العربي لأبحاث الفضاء الاليكتروني عدد ديسمبر 2016، ص01.

[16] –جميل صليبا: **المعجم الفلسفي**، الجزء الأول، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982، ص213.

[17]–الفيروز أبادي، محمد الدين محمد بن يعقوب:**القاموس المحيط**، دار إحياء التراث العربي، بيروت، لبنان، ط2، 2003 ص1062.

[18]–ابن منظور، المجلد 12، مرجع سابق، ص594.

[19]–سورة البينة، الآية 05.

[20] – سورة الأنعام، الآية 153.

[21] –محمد عبد الحميد: **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام**، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط1، 1993، ص122.

[22]–سورة الفرقان، الآية 67.

[23] –عبد اللطيف محمد خليفة: **ارتقاء القيم**، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1992، ص30.

[24]–عبد الوهاب الكيالي:**الموسوعة السياسية**، ج4، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، عمان، الأردن، ط3، 1995، ص 836.

[25] –فوزية دياب: القيم **والعادات الاجتماعية**، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 1980، ص21، نقلاً عن .Pepper ,S.C, The Sources of Value, p07

[26]– علي خليل مصطفى: **القيم الإسلامية والتربية –دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها** مكتبة إبراهيم حلبي، المدينة المنورة، د ط، 1988، ص34.

[27] –فوزية دياب: القيم **والعادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية**، دار النهضة العربية، بيروت، د ط 1980، ص16.

[28]–عزي عبد الرحمن: **الثقافة وحتمية الاتصال نظرة قيمية**، مجلة المستقبل العربي، العدد295 ، سبتمبر،2003، ص15.

[29]–زيدان عبد الباقي: **قواعد البحث العلمي**، دون دار نشر، دون بلد نشر، ط1، 1972، ص.135

30 –**المصدر**: **المرصد الجزائري، marsaddz.Com** نقلاً لتصريحات وزير التعليم العالي والبحث العلمي الطاهر حجار.

العلاقات الاجتماعية الافتراضية عبر موقع الفيسبوك

"دراسة على عينة من طلبة كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3"

The virtual social relationship via Facebook

Study on a sample of students from the Faculty of information and Communication Sciences at the Algiers University 03

د/ نور الهدى عبادة *

الملخص:

نسعى من خلال هذا المقال إلى التعرف على الدوافع الاجتماعية الكامنة وراء اقبال عينة من طلبة جامعة الجزائر3 كلية علوم الإعلام والاتصال على تشكيل علاقات اجتماعية افتراضية عبر موقع الفيسبوك، وذلك بعد التعرف أولا على خصائص عينة البحث من حيث: الجنس والفئات العمرية والإقامة والحالة الاجتماعية، ثم الدوافع الاجتماعية باعتبار ان الطالب المبحوث هو فرد من الجماعة التي لا يمكنه العيش بمعزل عنها.

الكلمات المفتاحية: العلاقات الاجتماعية، الافتراضية، الفيسبوك

Abstract:

This article seeks to identify Social motives that cause of students of University of Algiers 3. Faculty of Information and Communication Sciences Enter into virtual social relationships via Facebook, Afterthat we seek first to identify the characteristics of the Researched students, terms of Gender, age groups, residence and marital status, and then social motives as the student is a member of a group that cannot live without it.

Key words: Social relation ship, Virtual, Facebook.

* -أستاذة محاضرة بكلية علوم الإعلام والاتصال–جامعة الجزائر 03/ abada.nourelhouda@univ-alger.dz

مقدمة:

يُعرف الدافع على أنه" مفهوم افتراضي يُمكن أن نلمس آثاره في سلوكياتنا المعرفية والانفعالية والاجتماعية والفسيولوجية، ويتضمن جملة من الحاجات والرغبات والاهتمامات التي تعمل على استثارة الكائن الحي وتنشيط سلوكه وتوجيهه نحو تحقيق أهداف معينة"[1]. وتُعبّر الدوافع الاجتماعية عن تلك العوامل الخارجية ذات الصلة بالعالم الخارجي المرتبط بالمجتمع الذي ينتمي إليه الفرد.

إن الغرض من تقصي الدوافع الاجتماعية الكامنة وراء إقبال الطلبة المبحوثين على بناء علاقات اجتماعية افتراضية من خلال استخدامهم لموقع الفيسبوك هو التعرف على طريقة حياتهم والمشاكل الاجتماعية التي يعانون منها والتي كان الموقع بمثابة ملاذا لهم للتغلب عليها أو الهروب منها. وكذا معرفة طموحاتهم الاجتماعية التي يصعب تحقيقها في العالم الحقيقي كبناء صداقات عابرة للحدود الجغرافية والسياسية... كما يُعتبر البعد الاجتماعي من بين أهم العوامل المساعدة على تطوير الفرد لعلاقاته الاجتماعية مع غيره، لأن قرار الدخول في أية علاقة يُعتبر حالة طبيعية في الإنسان، مادام هذا الأخير اجتماعي بطبعه فإنه لا يستطيع العيش دون الاتصال بغيره، وفي هذه الدراسة نقصد بالدوافع الاجتماعية الأسباب المرتبطة بالمجتمع والتي كانت السبب الكامن وراء دخول المبحوثين في علاقات اجتماعية افتراضية عبر موقع الفيسبوك، وهي العلاقة التي تُعبّر بالدرجة الأولى عن ذلك التفاعل القائم بين الأفراد في إطار بيئة اجتماعية افتراضية تجسد الانتماء إلى مجموعة واحدة لها نفس الاهتمامات والأهداف.

مجتمع وعينة البحث

يُعرف مجتمع البحث على أنه: " جميع المفردات ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة " وهو بذلك:" جمع محدود أو غير محدود من المفردات التي تنتمي إلى الظاهرة المبحوثة"[2]. وبما أن مجتمع بحثنا يتكون من الطلبة الجامعيين الجزائريين بجامعة الجزائر3 المنتمين لطور التدرج (ليسانس – ماستر) كلية علوم الإعلام والاتصال، فإن المجتمع المدروس معلوم الحجم، هذا الأخير البالغ 5764 طالبا، موزعين كالتالي (**مصلحة دراسات مرحلة التدرج، جامعة الجزائر3، كلية علوم الإعلام والاتصال حسب السنة الجامعية 2015/2014.**):

- 4468 طالبا مسجلين في طور الليسانس.
- 1296 طالبا مسجلين في طور الماستر.

حجم مجتمع البحث كبير جدا لا يمكن إخضاع جميع مفرداته للمعالجة. الأمر الذي حتم علينا اللجوء إلى طريقة التعيين في تحديد جزء أي "عينة" تكون محل الدراسة[3] وتُعرف العينة على أنها مجموعة جزئية من المجتمع الكلي، يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة.[4]

كان لزاما علينا وفق القواعد المنهجية المعمول بها في تطبيق العينة الطبقية أن يُجرى الاختيار العشوائي البسيط على مستوى الفئتين المدروستين بصورة مستقلة.[5]

أما الطريقة المتبعة في تحديد حصة كل فئة في العينة فاعتمدنا على طريقة الحصص المتناسبة. أي أن حجم الحصة الخاصة بكل فئة ارتبط تناسبيا بحجمها، من خلال: أولا تحديد نسبة حجم العينة المدروسة بنسبة 6.22 %من حجم المجتمع الأصلي بتطبيق القاعدة الحسابية التالية : $\frac{359 \times 100}{5764} = 6.22$ %، من أجل التخلص من الأجزاء المئوية للنسبة المئوية للعينة

على مستوى حجم المجتمع الأصلي، تم تخصيص نسبة 7% من حجم فئة طلبة الماستر كحصة لهم داخل العينة، ونسبة 6% من حجم فئة طلبة الليسانس كحصة لهم بدورهم في المجال المذكور. وهذا بتطبيق القاعدة الحسابية التالية:

- حصة فئة طلبة الماستر داخل العينة = $\frac{1296 \times 7}{100} = 90.72$ مفردة. =91 مفردة

- حصة فئة طلبة الليسانس داخل العينة $\frac{4468 \times 6}{100} = 268$ مفردة.

بعد تحديد نسبة حجم العينة ضمن المجتمع الأصلي البالغة 6.22% ، وتوزيع حصصها على الفئتين محل الدراسة بنسبة 7% (91 مفردة) لطلبة الماستر ونسبة 6% (268 مفردة) لطلبة الليسانس، قمنا بالاختيار العشوائي لمفردات الحصتين المذكورتين بتطبيق أسلوب الاختيار العشوائي البسيط لنتحصل في الأخير على مفردات الطلبة للعينة المطلوبة.

1.2أما بالنسبة لخصائص عينة البحث فهي كالتالي :

تتكون عينة البحث من 268 مفردة منتمين لطور الليسانس مقابل 91 مفردة منتمين لطور الماستر وبنسب مئوية مقدرة بـ 75% و25 % على التوالي.

أ- خصائص عينة بحث طلبة الليسانس

جدول رقم: 01 يبُين خصائص عينة البحث لطلبة الليسانس

	التكرار / الفئات	التكرار	%
الجنس	الذكور	75	28
	الإناث	193	72
الفئات العمرية	17-21سنة	150	56
	22-25سنة	118	44
	26-29سنة	0	0
	30-33 سنة	0	0
	أكبر من 33سنة	0	0
الإقـــــامة	مع العائلة	260	97
	الحي الجامعي	8	3
الحالة المدنية	متزوج	7	3
	أعزب	261	97

تشتمل عينة البحث على 28% من الذكور مقابل 72% من الإناث. كما تمثل الفئات العمرية فيه النسب التالية 56% من العدد الإجمالي لأفراد مجتمع البحث ينتمون للفئة العمرية(17-21) سنة، وينتمي 44% منهم للفئة العمرية (22-25) سنة في حين لا ينتمي أي طالب منهم للفئة العمرية (26-29) سنة. كذلك الأمر بالنسبة لباقي الفئات العمرية الأخرى: (30-33) -(أكبر من 33 سنة جميعها معدومة أي =0 .يسكن الغالبية العُظمى من أفراد عينة البحث مع عائلاتهم وذلك بنسبة 97 وتكرار260، في حين يسكن 3% المتبقية بعيدا عن عائلاتهم وبالتحديد في الحي الجامعي وذلك بنسبة 3%. هذه النسبة من أفراد عينة البحث متزوجين، في حين الغالبية العظمى عزاب وذلك بنسبة 97% وتكرار 261.

ب-خصائص عينة بحث طلبة الماستر

جدول رقم:2 يبين خصائص عينة البحث لطلبة الماستر

	الفئات / التكرار	التكرار	%
الجنس	الذكور	24	26
	الإناث	67	74
الفئات العمرية	17-21سنة	7	8
	22-25سنة	79	87
	26-29سنة	4	4
	30-33 سنة	0	0
	أكبر من 33سنة	1	0
الإقـــــامة	مع العائلة	59	65
	الحي الجامعي	32	35
الحالة المدنية	متزوج	3	3
	أعزب	88	97

تشتمل عينة البحث على 26% من الذكور مقابل 74% من الإناث. كما تمثل الفئات العمرية فيه النسب التالية: 8% من العدد الإجمالي لأفراد عينة البحث ينتمون للفئة العمرية(17-21) سنة وينتمي 87% منهم للفئة العمرية (22-25) سنة، في حين نجد 4% منهم ينتمي للفئة العمرية (26-29) سنة أما بالنسبة للفئتين العمريتين المتبقيتين: (30-33) و (أكبر من 33سنة فكانتا معدومتان أي =0. يسكن 65% من أفراد عينة البحث مع عائلاتهم، في حين يسكن 35% المتبقية بعيدا عن عائلاتهم وبالتحديد في الحي الجامعي.

3% من أفراد عينة البحث متزوجين، في حين الغالبية العظمى عزاب وذلك بنسبة 97% وتكرار 88 مفردة. ومن أجل توسيع معرفة القارئ بالخصائص المميزة لأفراد العينة على مستوى الفئتين المدروستين قمنا بإعداد الجدولين رقم:1 و رقم :02 للتعرف على جوانب الجنس، والفئات الاجتماعية والإقامة والحالة المدنية للمبحوثين. وهي العملية التي قمنا بها أيضا بصورة مستقلة على مستوى كل فئة بالشكل الذي بينه الجدولين السابقين.

1. منهـــج الدراسة

من المعروف أن طبيعة الدراسة ونوع المجتمع المبحوث تفرضان على الباحث نوع المنهج الملائم، وبما أن هذا البحث مرتبط بدراسة جمهور وسيلة إعلامية (الفيسبوك) دراسة وصفية قائمة على المسح الميداني من حيث تصوير الظاهرة في وجودها الطبيعي فإن المنهج المسحي هو الأنسب لبحث مثل هذه الحالات. وقد ساعدنا هذا المنهج في الحصول على المعلومات من المبحوثين وملاحظة الظاهرة في وضعها الطبيعي.

2. أداة البحث

1.3 استمارة الاستبيان:

تُعرف استمارة الاستبيان بأنها: " إحدى الأدوات الأساسية في جمع البيانات والمعلومات من مصادرها الأولية، يقوم من خلالها الباحث بإعداد مجموعة من الأسئلة، وإلقائها على المبحوثين وجمع إجاباتهم وتحليلها.[6] استخدمنا في هذه الدراسة استبيان مكونة من سبعة أسئلة، إضافة إلى البيانات الشخصية للمبحوثين.

3. حدود الدراسة

1.4 الحدود الزمانية: من فيفري 2016 إلى أكتوبر2016

2.4 الحدود المكانية: جامعة الجزائر 3 كلية علوم الإعلام والاتصال طور التدرج (ليساس+ ماستر).

الدوافع الاجتمــاعية:

جدول رقم: 03 يبين مدى رغبة أفراد مجتمع البحث في توسيع علاقاتهم الاجتماعية من خلال استخدامهم لموقع الفيسبوك.

التكـــــرار / الفئات	ليـــسانس		ماستر		المجموع الكلي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
نعم	247	69 92	88	24 97	335	93
لا	21	6 8	3	1 3	24	7
المجـــــموع	**268**	**75 100**	**91**	**25 100**	**359**	**100**

يُبين الجدول رقم: 03 الخاص بمدى رغبة أفراد مجتمع البحث في توسيع علاقاتهم الاجتماعية من خلال استخدامهم لموقع الفيسبوك والبالغ عددهم 359 مفردة مقسمة كما هو مُبين إلى فئتين: تضم الأولى 268 مفردة تمثل طلبة الليسانس، و تضم الثانية 91 مفردة تمثل طلبة الماستر، يُبين أن 93**%** من أفراد مجتمع البحث يستخدمون

موقع الفيسبوك بدافع اجتماعي يتمثل في توسيع دائرة علاقاتهم الاجتماعية وهي النسبة التي مثلت الغالبية العظمى، وتوزعت على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 69% بالنسبة لطلبة الليسانس ونسبة 24% بالنسبة لطلبة الماستر. في حين أجاب 7 **%** من الطلبة المبحوثين أنهم لا يستخدمون موقع الفيسبوك لهذا الدافع، وتوزعت هذه النسبة الأخيرة على الفئتين المبحوثتين بالشكل التالي: 6% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 1% بالنسبة لطلبة الماستر.

أما على المستوى الفئوي الخاص بطلبة الليسانس فنسجل أن الطلبة الذين أجابوا أنهم يهدفون من خلال استخدامهم لموقع الفيسبوك إلى توسيع علاقاتهم الاجتماعية بلغت نسبتهم 92%، مقابل نسبة 8% بالنسبة للطلبة الذين أجابوا أنهم لا يهدفون إلى ذلك. أما بالنسبة للمستوى الفئوي الخاص بطلبة الماستر فنسجل أن الطلبة الذين أجابوا أنهم يهدفون من خلال استخدامهم لموقع الفيسبوك إلى توسيع علاقاتهم الاجتماعية بلغت نسبتهم 97%، مقابل نسبة 3% بالنسبة للطلبة الذين أجابوا أنهم لا يستخدمون الموقع لهذا الغرض.

في قراءة شاملة للجدول نُفسر إجابة غالبية أفراد مجتمع البحث بالإيجاب على أنهم ارتبطوا ارتباطا كبيرا بموقع الفيسبوك من أجل إشباع رغباتهم الاجتماعية كلها أو معظمها، خاصة وأن الموقع ينتمي إلى شبكات التواصل الاجتماعي التي نفهم من تسميتها أن هدفها الأساسي هو التعارف وتوسيع علاقات الأفراد الاجتماعية. كما نفهم أن ممثلي نسبة 93**%** تشمل قائمة أصدقائهم عبر الموقع عددا كبيرا من الأصدقاء من مختلف الجنسيات.

كما طلبنا من الطلبة المبحوثين الذين أجابوا بالإيجاب توضيح الكيفية التي يوسعون بها علاقاتهم الاجتماعية، وقد حصرت إجاباتهم في أربعة اختيارات فئوية بالشكل التالي:

– الاتصال بزملاء الجامعة: تشمل هذه الفئة الطلبة المبحوثين الذين يهدفون إلى توسيع علاقاتهم الاجتماعية من خلال استخدامهم لموقع الفيسبوك عن طريق الاتصال بزملاء الجامعة من كل التخصصات اي أنهم يحرصون على إقامة علاقات اجتماعية مع أشخاص من نفس الفضاء الاجتماعي أو الاختصاص أو المستوى العلمي.

– الاتصال بالأهل والأقارب البعيدين جغرافيا: تشمل هذه الفئة الطلبة المبحوثين الذين يهدفون إلى توسيع علاقاتهم الاجتماعية من خلال استخدامهم لموقع الفيسبوك عن طريق الاتصال بالأهل والأقارب البعيدين جغرافيا الذين فرقتهم الجغرافيا إما داخل الحدود الوطنية أو خارجها، ومن هذا المنطلق فهم يسعون إلى المحافظة على علاقاتهم الاجتماعية وتوطيدها من خلال الاتصال الدائم بذويهم عبر الموقع.

– الاتصال بالأصدقاء القدامى: تشمل هذه الفئة الطلبة المبحوثين الذين يهدفون إلى توسيع علاقاتهم الاجتماعية من خلال استخدامهم لموقع الفيسبوك عن طريق الاتصال بأصدقائهم القدامى الذين فرقت بينهم دروب الحياة. فأصبح بالإمكان العثور عليهم مجددا ومواصلة التواصل معهم عبر الموقع.

– التعرف على أصدقاء جدد: تشمل هذه الفئة الطلبة المبحوثين الذين يهدفون إلى توسيع علاقاتهم الاجتماعية من خلال استخدامهم لموقع الفيسبوك عن طريق التعرف على أصدقاء جدد. من مختلف المناطق داخل الحدود الوطنية وخارجها.

جدول رقم: 04 يبين الكيفية التي يوسع بها أفراد عينة البحث علاقاتهم الاجتماعية، انطلاقا من استخدامهم للموقع

التكرار / الفئات	ليسانس		ماستر		المجموع الكلي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الاتصال دائما بزملاء الجامعة	83	23 34	31	9 35	114	32
الاتصال بالأهل والأقارب	32	9 13	9	3 10	41	12
الاتصال بالأصدقاء القدامى	34	9 14	12	3 14	46	12
التعرف على أصدقاء جدد	44	12 18	21	6 24	65	18
أخرى	54	15 22	15	4 17	69	19
المجمـــــوع	247	68 100	88	25 100	335	93

يُبين الجدول رقم: 04 الخاص بالطلبة المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يهدفون إلى توسيع علاقاتهم الاجتماعية من خلال استخدامهم لموقع الفيسبوك، والبالغ عددهم 335 مفردة مقسمة كما هو مُبين إلى فئتين: تضم الأولى 247 مفردة تمثل طلبة الليسانس في حين تضم الثانية 88 مفردة تمثل طلبة الماستر، يبين أن 32% من الطلبة المبحوثين يسعون إلى توسيع علاقاتهم الاجتماعية من خلال استخدامهم لموقع الفيسبوك عن طريق الاتصال دائما بزملاء

الجامعة الذين احتلوا الصدارة في هذا الصدد، كون مجتمع البحث مرتبط بالطلبة الجامعيين، وتتوزع النسبة المذكورة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 23% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 9% بالنسبة لطلبة الماستر، في حين تساوت نسبة الطلبة من فئتي الاتصال بالأهل والأقارب البعيدين جغرافيا والاتصال بالأصدقاء القدامى، اللتين قدرتا بـ 12% لكل فئة، وتساوت أيضا الفئتان من حيث توزيعهما على الفئتين المدروستين وذلك على النحو التالي: 9% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 3% بالنسبة لطلبة الماستر.

ويُبين الجدول رقم:04 أيضا أن **18%** من الطلبة المبحوثين يهدفون من توسيع علاقاتهم الاجتماعية عبر موقع الفيسبوك إلى التعرف على أصدقاء جدد، وتوزعت هذه النسبة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 12% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 6% بالنسبة لطلبة الماستر.

كما يُبين الجدول نفسه أن 19% من أفراد عينة البحث يهدفون من توسيع علاقاتهم الاجتماعية من خلال استخدامهم للموقع المبحوث إلى تحقيق ما يلي: الاتصال بأصدقاء الجامعة وبالأهل والأقارب وبالأصدقاء القدامى، والتعرف على أصدقاء جدد وذلك بتكرار 69 مفردة.

أما على المستوى الفئوي الخاص بطلبة الليسانس فنسجل أن الطلبة الذين استخدموا الموقع بدافع توسيع علاقاتهم الاجتماعية عن طريق الاتصال دائما بأصدقاء الجامعة بلغت نسبتهم 34%، مقابل نسبة 13% بالنسبة للطلبة الذين يقومون بالمثل بدافع الاتصال بالأهل والأقارب ونسبة 14% بالنسبة للطلبة ذوي دافع الاتصال بالأصدقاء القدامى. ونسبة 18% بالنسبة للطلبة الراغبين في التعرف على أصدقاء جدد. أما الطلبة الذين ارتبط استخدامهم للموقع بدافع غير مُحدد. أي خارج فئات الدوافع المشار إليها فبلغت نسبتهم 22%.

أما بالنسبة للمستوى الفئوي الخاص بطلبة الماستر فالأرقام تُبين أن الطلبة من هذا الصنف الراغبين في توسيع علاقاتهم مع أصدقاء جامعيين بلغت نسبتهم 35% يليها الطلبة أصحاب رغبة التعرف على أصدقاء جدد بنسبة 24%. ثم الطلبة المستخدمين للموقع بدوافع غير مُحددة بنسبة 17%. ثم الطلبة ذوي الرغبة في الاتصال بالأصدقاء القدامى بنسبة 14%، وأخيرا فئة الطلبة الذين كان هدفهم من استخدام الموقع هو الاتصال بالأهل والأصدقاء وذلك بنسبة 10%.

في قراءة شاملة للجدولين رقمي: 03-04 نجد أن الدافع الاجتماعي يحتل أولوية الاستخدام لدى المبحوثين بنسبة 93%، كما نجد أن دافع الاتصال بأصدقاء الجامعة مازال يحتل الصدارة منذ إنشاء الموقع أي أنه الهدف الأول الذي أُنشئ من أجله الموقع سنة 2004 ومازال إلى يومنا هذا حسب ما أكدته إجابة أغلبية أفراد مجتمع البحث، وهو أمر منطقي جدا بالنظر إلى أن مجتمع البحث يتكون من الطلبة الجامعيين.

جدول رقم: 05 يبين الدوافع الاجتماعية الكامنة وراء بناء الطلبة المبحوثين لعلاقات اجتماعية عبر موقع الفيسبوك

التكرار / الفئات	ليسانس		ماستر		المجموع الكلي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
تجاوز رقابة المجتمع الحقيقي	60	17 24	24	7 27	84	24
تعويض الاهتمام الاجتماعي	52	14 21	25	7 28	77	21
إمكانية التفاعل الاجتماعي غير المحدود	135	38 55	39	11 44	174	49
المجـــموع	**247**	**69 100**	**91**	**25 100**	**335**	**94**

يُبين الجدول رقم: 05 الخاص بالطلبة المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يهدفون إلى توسيع علاقاتهم الاجتماعية من خلال استخدامهم لموقع الفيسبوك، يبين أن 24% منهم يقيمون علاقات اجتماعية افتراضية عبر الموقع بدافع اجتماعي متمثل في تجاوز رقابة المجتمع الحقيقي، حيث تمكنهم الحرية المتاحة عبر الموقع من ممارسة الكثير من الأفعال المحظورة في مجتمعاتهم الحقيقية، على غرار إقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر في ظل غياب الرقابة المباشرة. إن موقع الفيسبوك يُمكن الفرد من التعبير عن آرائه وأفكاره والبوح بمشاعره بحرية كبيرة خلافا للمجتمع الحقيقي الذي يصادف فيه هذا الفرد عدة موانع تأخذ عناوين كثيرة مثل التمرد على العادات والتقاليد السائدة والإخلال بالنظام العام إلى آخره من مثل هذه المحرمات لا سيما في مجال العلاقات العاطفية بين الجنسين التي ينظر إليها المجتمع نظرة شاذة لا يقبل بها بالنسبة للجنسين ولو بدرجة كبيرة نحو الأنثى التي كثيرا ما يرتبط بها شرف أهلها في الأسرة والعشيرة...إلخ.

كما يُعبر إقبال الكثير من المستخدمين على بناء علاقات عاطفية عبر موقع الفيسبوك عن رغبتهم في تجاوز الأسلوب التقليدي المعروف في إيجاد شريك الحياة، خارج دائرة وجودهم الاجتماعي الضيق سواء في حدوده الوطنية أو من جنسية مختلفة. كما نُسجل هنا أن العديد من الأفراد لا يكتفون بواحدية علاقة شريك الحياة لذا يستغلون الفيسبوك للعثور على أكثر من شريك مادامت الأمور تسير خارج رقابة المجتمع الحقيقي.

يُمكن الموقع مستخدميه أيضا من القيام بعدة أدوار اجتماعية مثل الظهور في أدوار متعددة لشخصيات مختلفة كأن يصور شخص عادي جدا نفسه على أنه صاحب وظيفة كبيرة من أجل لعب دور الشخصية الهامة في المجتمع، أو أن يُصور الذكر نفسه على أنه أنثى والعكس صحيح، كما تُمكن مساحة الحرية المتاحة في الفضاء الافتراضي الفئات المهمشة في المجتمع من نشر أفكارها على غرار فئة المخنثين التي ينظر المجتمع إلى عناصرها نظرة احتقار وازدراء. مع العلم أن النسبة المذكورة توزعت على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 17% بالنسبة لطلبة الليسانس، مقابل 7% بالنسبة لطلبة الماستر.

ويُبين الجدول نفسه أن 21% من الطلبة المبحوثين يقيمون علاقات اجتماعية افتراضية عبر موقع الفيسبوك بدافع تعويض الاهتمام الاجتماعي المفقود لديهم في عالمهم الحقيقي، الأمر الذي دفعهم إلى البحث عن فضاء جديد من أجل البحث عن الاهتمام الاجتماعي البديل، وكان موقع الفيسبوك الفضاء الأنسب لذلك.

إن أعلى نسبة مسجلة حسب ما هو موثق في الجدول المذكور هي 49% ومثلت الطلبة المبحوثين الذين لهم علاقات اجتماعية افتراضية عبر الموقع بدافع تحقيق التفاعل الاجتماعي مع أشخاص في شتى مناطق العالم ومن مختلف الجنسيات واللغات والديانات والتخصصات المهنية والاهتمامات العلمية، لأن الفيسبوك هو الوسيلة الأنسب للقيام بذلك، فهو الأداة التي يتم بها اختزال المسافات الطويلة وتمكين المستخدم من التحدث مع غيره في كل الأوقات. ونشير هنا إلى أن النسبة المسجلة المرتفعة المذكورة توزعت على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 38% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 11% بالنسبة لطلبة الماستر.

أما على المستوى الفئوي الخاص بطلبة الليسانس، فنسجل أن الطلبة الذين استخدموا الموقع بدافع اجتماعي متمثل في تجاوز رقابة المجتمع بلغت نسبتهم 24%، مقابل نسبة 21% بالنسبة للطلبة الذين ارتبط استخدامهم للموقع بدافع تعويض الاهتمام الاجتماعي. ونسبة 55% بالنسبة للطلبة أصحاب دافع تحقيق التفاعل الاجتماعي. وأما بالنسبة للمستوى الفئوي الخاص بطلبة الماستر فنسجل أن الطلبة الذين استخدموا الموقع بدافع اجتماعي تمثل في

تجاوز رقابة المجتمع الحقيقي بلغت نسبتهم 27%، مقابل نسبة 28% لذوي دافع تعويض الاهتمام الاجتماعي. في الإطار نفسه ونسبة 44% للطلبة أصحاب دافع تحقيق التفاعل الاجتماعي.

جدول رقم: 06 يبين مدى شعور أفراد عينة البحث بالانتماء للمجتمع الافتراضي الذي ينشطون فيه

التكرار / الفئات	ليسانس		ماستر		المجموع الكلي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
نعم	146	41 54	44	12 48	190	53
لا	122	34 45	47	13 52	169	47
المجموع	**268**	**75 100**	**91**	**25 100**	**359**	**100**

يُبين الجدول رقم: 06 الخاص بمدى شعور الطلبة المبحوثين بالانتماء للمجتمع الافتراضي الذي ينشطون فيه عبر موقع الفيسبوك. يُبين أن 53% من الطلبة المبحوثين أجابوا أنهم يشعرون بالانتماء للفضاء الافتراضي الذي ينشطون فيه، وتوزعت هذه النسبة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 41% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 12% بالنسبة لطلبة الماستر. في حين أجاب 47% منهم أنهم لا يشعرون بذلك، وتوزعت أيضا هذه النسبة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 34% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 13% بالنسبة لطلبة الماستر.

أما على المستوى الفئوي الخاص بطلبة الليسانس فنسجل أن الطلبة الذين أجابوا أنهم يشعرون بالانتماء للمجتمع الافتراضي بلغت نسبتهم 54%، مقابل نسبة 45% بالنسبة للطلبة الذين أجابوا بالنفي. بينما بلغت نسبة الطلبة الذين يشعرون بالانتماء للمجتمع الافتراضي الذي ينشطون فيه على المستوى الفئوي الخاص بطلبة الماستر 48%، مقابل نسبة 52%بالنسبة للطلبة الذين أجابوا بالنفي.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكثر من نصف المبحوثين متعلقين بموقع الفيسبوك تعلقا كبيرا إلى درجة الشعور بالانتماء.

كما طلبنا من الطلبة المبحوثين تقديم تبرير لاختيارهم في حالة إجابتهم بنعم وذلك بهدف التعمق أولا: في فهم العوامل الاجتماعية التي كانت السبب في انخراط المبحوثين في الفضاء الافتراضي إلى درجة الشعور بالانتماء، وثانيا: ما يُوفره هذا الفضاء لمستخدميه ثانيا. وقد حصرت إجاباتهم في اختيارين فئويين على النحو التالي:

– أشعر أن وجودي هام: تشمل هذه الفئة الطلبة المبحوثين الذين أكدوا شعورهم بالانتماء للمجتمع الافتراضي الذي ينشطون فيه واصفين إياه بالهام أي أنهم يحظون فيه بالاهتمام الكافي الذي يفتقدونه بشدة في عالمهم الواقعي.

– لأن الأصدقاء معروفون في الحقيقة: تشمل هذه الفئة الطلبة المبحوثين الذين أكدوا شعورهم بالانتماء للمجتمع الافتراضي كونهم يدردشون فيه مع معارفهم وأصدقائهم الحقيقيين الذين تربطهم بهم علاقة خارج استخدام الموقع.

جدول رقم :07 يبين تبرير الطلبة المبحوثين لشعورهم بالانتماء للمجتمع الافتراضي الذي ينشطون فيه

التكـرار / الفئات	ليـسانس		ماستر		المجموع الكلي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
أشعر أن وجودي هام	119	33 81	36	23 82	155	56
لأني اتحدث مع معارفي	27	8 19	8	2 18	35	10
المجـــــموع	**146**	**41** **100**	**44**	**25** **100**	**190**	**66**

يُبين الجدول رقم: 07 الخاص بالطلبة المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يشعرون بالانتماء للمجتمع الافتراضي الذي ينشطون فيه عبر موقع الفيسبوك والبالغ عددهم 190 مفردة مقسمة كما هو مُبين إلى فئتين: تضم الأولى 146 مفردة تمثل طلبة الليسانس وتضم الثانية 44 مفردة تمثل طلبة الماستر، يُبين أن 56% من أفراد مجتمع البحث أرجعوا شعورهم بالانتماء إلى الفضاء الافتراضي إلى وجودهم الهام وهي أعلى نسبة مسجلة في هذا الصدد، ويدل شعورهم هذا أنه يوجد عبر الموقع من يستمع إلى آرائهم مهما كان نوعه (بسيطة- عميقة) ، وتوزعت النسبة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 33% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 23% بالنسبة لطلبة الماستر. كما أرجع 10% من الطلبة المبحوثين سبب شعورهم بالانتماء للفضاء الافتراضي إلى دردشتهم مع معارفهم السابقين، ومن هنا يمكن القول أن الفضاء المذكور عندهم لا يخرج عن كونه فضاء حقيقيا اكتسب الصفة الافتراضية بمجرد ارتباطه

بالفيسبوك كونه جمع الأصدقاء الافتراضيين إلى جانب أصدقاء الواقع الحقيقي مع الإشارة إلى أن النسبة المذكورة توزعت على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 8% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 2% بالنسبة لطلبة الماستر.

أما على المستوى الفئوي الخاص بطلبة الليسانس فنسجل أن الطلبة الذين برروا شعورهم بالانتماء للمجتمع الافتراضي الذي ينتمون إليه وأكدوا شعورهم بأهمية وجودهم فيه بلغت نسبتهم 81% مقابل نسبة 19% بالنسبة للطلبة الذين برروا شعورهم بأنهم يتحدثون مع من تربطهم بهم علاقات سابقة وأما بالنسبة للمستوى الفئوي الخاص بطلبة الماستر فنسجل أن الطلبة الذين برروا شعورهم بالانتماء للمجتمع الافتراضي الخاص بهم بلغت نسبتهم 82% مقابل نسبة 18% بالنسبة للطلبة الذين أرجعوا سبب ذلك إلى أنهم يتحدثون مع معارفهم السابقين.

جدول رقم :08 يُبين مدى اعتبار أفراد عينة البحث للعلاقات الاجتماعية عبر موقع الفيسبوك علاقة جدية

التكرار / الفئات	ليسانس		ماستر		المجموع الكلي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
نعم	95	26 35	35	10 38	130	36
لا	173	48 65	56	16 62	229	64
المجموع	**268**	**74 100**	**91**	**26 100**	**359**	**100**

يُبين الجدول رقم: 08 الخاص بمدى اعتبار أفراد مجتمع البحث للعلاقات الاجتماعية الافتراضية عبر موقع الفيسبوك علاقات جدية أن **36%** من الطلبة المبحوثين أجابوا بأنهم يعتبرون العلاقات الاجتماعية الافتراضية علاقات جدية وتوزعت هذه النسبة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 26% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 10% بالنسبة لطلبة الماستر. في حين لم يعتبرها 64% منهم كذلك، هذه النسبة الأخيرة توزعت على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 48% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 16% بالنسبة لطلبة الماستر.

أما على المستوى الفئوي الخاص بطلبة الليسانس فنسجل أن الطلبة الذين أجابوا بأنهم يعتبرون العلاقات الاجتماعية الافتراضية علاقات جدية بلغت نسبتهم 35%، مقابل نسبة 65% بالنسبة للطلبة الذين أجابوا أنهم لا

يعتبرونها كذلك. وبالنسبة للمستوى الفئوي الخاص بطلبة الماستر نسجل أن 38% من المبحوثين أجابوا أنهم يعتبرون العلاقات الاجتماعية الافتراضية علاقات جدية، في حين لم يعتبرها 62% منهم كذلك.

إن عدم جدية العلاقات الاجتماعية الافتراضية كما سجلنا ذلك بنسبة كبيرة ينطبق مع ما سجلناه في إجابة السؤال: الخاص بالمشاكل النفسية التي سببها استخدام الموقع للمبحوثين، فكانت جل الاجابات مرتبطة بأن الموقع محل الدراسة هو بالنسبة إليهم مصدر صدمات عاطفية، ومضيعة للوقت ولا يمكن أن يكون محل ثقة. بينما الذين اعتبروا العلاقات الاجتماعية محل التحليل جدية ارتبطت تجربتهم بالموقع بالأشياء السارة مثل إشباعهم من خلاله للكثير من الرغبات على غرار التعبير الحر عن الرأي.

جدول رقم:09 يبين حجم علاقات أفراد عينة البحث الاجتماعية مع المحيط الخارجي الواقعي في ظل استخدامهم لموقع الفيسبوك

التكـرار / الفئات	ليسانس		ماستر		المجموع الكلي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
واسعة	201	56 75	66	18 73	267	74
ضيقة	62	17 23	22	6 24	84	23
عادية	5	1 2	3	1 3	8	2
المجـــــموع	**268**	**74** **100**	**91**	**25** **100**	**359**	**100**

يُبين الجدول رقم: 09 الخاص ببحث طبيعة علاقة المبحوثين الاجتماعية مع محيطهم الخارجي في ظل استخدامهم لموقع الفيسبوك، أن 74% من الطلبة المبحوثين أجابوا بأن علاقاتهم الاجتماعية الواقعية توسعت مع الوقت أثناء استخدامهم لموقع الفيسبوك، وتوزعت هذه النسبة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 56 % بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 18% بالنسبة لطلبة الماستر، في حين أجاب 23% منهم أن علاقاتهم الاجتماعية الواقعية مع محيطهم الخارجي انحصرت مع مرور الوقت في المجال المذكور، وتوزعت هذه النسبة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 17% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 6% بالنسبة لطلبة الماستر.

كما يبين الجدول نفسه أن 2% من الطلبة المبحوثين أجابوا بأن علاقاتهم الاجتماعية الواقعية مع محيطهم الخارجي بقيت عادية مع مرور الوقت رغم تعاملهم مع غيرهم افتراضيا. وتوزعت هذه النسبة الأخيرة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 1% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل1% بالنسبة لطلبة الماستر.

أما على المستوى الفئوي الخاص بطلبة الليسانس فنسجل أن الطلبة الذين أجابوا بأن علاقاتهم الاجتماعية الواقعية مع محيطهم الخارجي توسعت مع الوقت بلغت نسبتهم 75%، مقابل نسبة 23% بالنسبة للطلبة الذين أجابوا بأن علاقاتهم مع محيطهم الخارجي انحصرت مع الوقت. ونسبة 2% بالنسبة للطلبة الذين بقيت علاقاتهم محل الدراسة عادية بمعنى أنها لم تتأثر صعودا أو نزولا. وبالنسبة للمستوى الفئوي الخاص بطلبة الماستر نسجل أن الطلبة الذين أجابوا بأن علاقاتهم الاجتماعية الواقعية مع محيطهم الخارجي توسعت مع الوقت بلغت نسبتهم 73%، وهي أعلى نسبة، مقابل نسبة 24% بالنسبة للطلبة الذين أجابوا بأن علاقاتهم مع محيطهم الخارجي انحصرت مع الوقت، ونسبة 3% بالنسبة للطلبة الذين بقيت علاقاتهم مع محيطهم الخارجي على حالها من دون تغيير.

نستخلص مما تقدم أن فئة الطلبة الذين توسعت علاقاتهم مع محيطهم الخارجي الواقعي مع الوقت في ظل استخدام الفيسبوك والذين احتل أفرادها صدارة الترتيب بنسبة 74% لم يكتفوا بإبقاء علاقاتهم الافتراضية حبيسة لشاشة الحاسوب بل حولوها إلى علاقات واسعة عن طريق اللقاء المباشر بالأصدقاء الافتراضيين وبذلك كرسوا الافتراضي في خدمة الواقعي على مستوى علاقاتهم الاجتماعية.

أما الطلبة الذين مالوا إلى إعطاء الأولوية من حيث الوقت إلى الإبحار في إطار فضائهم الافتراضي فإنهم أهملوا علاقاتهم الواقعية التي تأثرت سلبا بذلك.

في حين نلاحظ أن الطلبة الذين حافظوا على تعاملهم مع الفضاءين: الافتراضي والواقعي بصورة متوازنة، فإن علاقاتهم الاجتماعية الواقعية لم تتأثر مع الوقت. ولو أن حجم هؤلاء الطلبة قليل مقارنة بالفئتين السابقتين.

جدول رقم:10 يُبين طبيعة علاقات أفراد عينة البحث الاجتماعية مع أسرهم في ظل استخدامهم لموقع الفيسبوك

التكـرار / الفئات	ليـسانس		ماستر		المجموع الكلي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
سطحية	30	8 11	13	4 14	43	12
عادية	202	56 75	64	18 70	266	74
عميقة	36	10 13	14	4 15	50	14
المجـموع	**268**	**74** **100**	**91**	**26** **100**	**359**	**100**

يُبين الجدول رقم: 10 الخاص ببحث طبيعة علاقة المبحوثين الاجتماعية بأفراد أسرهم في ظل استخدامهم لموقع الفيسبوك ، أن 12% من الطلبة المبحوثين وصفوا علاقاتهم الاجتماعية مع أفراد أسرهم بالسطحية، وتوزعت هذه النسبة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 8% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 4% بالنسبة لطلبة الماستر. في حين وصف 74% منهم علاقاتهم الاجتماعية مع أفراد أسرهم بالعادية، وهي أعلى نسبة، وتوزعت على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 56% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 18% بالنسبة لطلبة الماستر. كما يُبين الجدول نفسه أن 14% من الطلبة المبحوثين وصفوا علاقاتهم الاجتماعية مع أسرهم بالعميقة هذه النسبة التي توزعت على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 10% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل4% بالنسبة لطلبة الماستر.

أما على المستوى الفئوي الخاص بطلبة الليسانس فنسجل أن الطلبة الذين أجابوا بأن علاقاتهم الاجتماعية مع أفراد أسرهم أصبحت سطحية، بلغت نسبتهم 11%، مقابل نسبة 75% بالنسبة للطلبة الذين أجابوا بأن علاقاتهم مع أفراد أسرهم بقيت عادية، ونسبة 13% بالنسبة للطلبة الذين أصبحت علاقاتهم مع أفراد أسرهم أكثر عمقا. أما بالنسبة للمستوى الفئوي الخاص بطلبة الماستر فنسجل أن الطلبة الذين أجابوا بأن علاقاتهم الاجتماعية بأفراد أسرهم أصبحت سطحية بلغت نسبتهم 14%، مقابل نسبة 70% بالنسبة للطلبة الذين أجابوا بأن علاقاتهم مع أفراد أسرهم بقيت عادية، ونسبة 15% بالنسبة للطلبة الذين أصبحت علاقاتهم الاجتماعية مع أفراد أسرهم عميقة.

في قراءة شاملة للجدول رقم:10 يمكن القول أن النتائج المسجلة تكشف أن جل الطلبة محل الدراسة لم يؤثر استخدامهم للفيسبوك على علاقاتهم الأسرية من حيث توزيع الوقت بين الأسرة واستخدام الفيسبوك بصورة متوازنة حافظوا من خلالها على علاقاتهم بالطرفين محل الدراسة بصورة عادية.

كما تكشف النتائج نفسها أن الطلبة الذين مالوا إلى التفاعل مع أسرهم أكثر من استخدامهم للفيسبوك جاءوا في المرتبة الثانية، في حين جاء الطلبة الذين أعطوا الأولوية للفيسبوك على مستوى ما نحن بصدد دراسته في المرتبة الثالثة والأخيرة.

جدول رقم:11 يبين الصَلة بين علاقات المبحوثين الاجتماعية الحقيقة والافتراضية

التكرار / الفئات	ليسانس		ماستر		المجموع الكلي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
نعم	196	55 73	70	19 77	266	74
لا	72	20 27	21	6 23	93	26
المجـــموع	**268**	**75 100**	**91**	**25 100**	**359**	**100**

يُبين الجدول رقم: 11 الخاص بدراسة الصلة الترابطية بين علاقات المبحوثين الاجتماعية الواقعية والافتراضية، أن 74% من الطلبة المبحوثين أكدوا وجود صلة بين علاقاتهم الاجتماعية الحقيقية والافتراضية وهي أعلى نسبة، موزعة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 55% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 19% بالنسبة لطلبة الماستر. في حين نفى 26% منهم وجود الصلة المذكورة، وتوزعت هذه النسبة الأخيرة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 20% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 6% بالنسبة لطلبة الماستر.

أما على المستوى الفئوي الخاص بطلبة الليسانس فنسجل أن الطلبة الذين أجابوا أنه توجد صلة بين علاقاتهم الاجتماعية الواقعية والافتراضية بلغت نسبتهم 73%، مقابل نسبة 27% بالنسبة للطلبة الذين أجابوا أنه لا توجد أية صلة بين علاقاتهم الاجتماعية محل الدراسة. وأما بالنسبة للمستوى الفئوي الخاص بطلبة الماستر فنسجل أن الطلبة

الذين أكدوا وجود صلة بين علاقاتهم الاجتماعية الواقعية والافتراضية بلغت نسبتهم 77%، مقابل نسبة 23% بالنسبة للطلبة الذين أجابوا أنه لا توجد أية صلة بين المجالين المدروسين.

جدول رقم:12 يبين نوع العلاقات الاجتماعية التي يفضلها المبحوث

التكرار / الفئات	ليسانس		ماستر		المجموع الكلي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الحقيقية	172	48 64	47	13 52	219	61
الافتراضية	6	2 2	4	1 4	10	3
الاثنتين معا	90	25 34	40	11 44	130	36
المجموع	**268**	**75 100**	**91**	**25 100**	**359**	**100**

يُبين الجدول رقم: 12 الخاص بنوع العلاقات الاجتماعية التي يفضلها الطلبة المبحوثين، أن 61% من الطلبة المبحوثين يفضلون العلاقات الاجتماعية الواقعية وهي أعلى نسبة، موزعة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 48% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 13% بالنسبة لطلبة الماستر. في حين أجاب 36% أنهم يفضلون النوعين معا وتوزعت هذه النسبة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 25% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 11% بالنسبة لطلبة الماستر. إن أدنى نسبة حسب ما هو موثق في الجدول المدروس هي 3% ومثلت الطلبة الذين أجابوا بأنهم يفضلون العلاقات الاجتماعية الافتراضية، هذه النسبة التي توزعت على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 2% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 1% بالنسبة لطلبة الماستر.

أما على المستوى الفئوي الخاص بطلبة الليسانس فنسجل أن الطلبة الذين أجابوا بأنهم يفضلون العلاقات الاجتماعية الحقيقية بلغت نسبتهم 64%وهي أعلى نسبة، مقابل نسبة 2% بالنسبة للطلبة الذين يفضلون العلاقات الاجتماعية الافتراضية، ونسبة 34% بالنسبة للطلبة الذين يفضلون النوعين معا. أما بالنسبة للمستوى الفئوي الخاص بطلبة الماستر فنسجل أن الطلبة الذين يفضلون العلاقات الاجتماعية الحقيقية بلغت نسبتهم 52%وهي أعلى

نسبة، مقابل نسبة 4% بالنسبة للطلبة الذين يفضلون العلاقات الاجتماعية الافتراضية، ونسبة 44% بالنسبة للطلبة الذين يفضلون العلاقات الاجتماعية الحقيقية والافتراضية معا.

كما طلبنا من الطلبة الذين أجابوا تقديم تبرير لاختياراتهم فكانت إجاباتهم كالآتي:

أ–تبرير الطلبة الذين يفضلون العلاقات الاجتماعية الحقيقية:

– أعتبر الافتراضية وهم: تشمل هذه الفئة الطلبة المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يفضلون العلاقات الاجتماعية الحقيقية وبرروا ذلك بأنهم يعتبرون الافتراضية وهما. بمعنى أنها لن تحل محل العلاقات الحقيقة ولن تتعد حدود شاشة الحاسوب.

ب–تبرير الطلبة الذين يفضلون العلاقتين معا:

– يمكنني توسيع علاقاتي: تشمل هذه الفئة الطلبة المبحوثين الذين فضلوا النوعين وبرروا ذلك بأن خيارهم هذا يمكنهم من توسيع علاقاتهم الاجتماعية، أي أن ممثلي هذه الفئة يؤمنون بإمكانية تحول العلاقات الاجتماعية الافتراضية إلى علاقات حقيقية بعد الالتقاء المباشر.

ج–تبرير الطلبة الذين يفضلون العلاقات الاجتماعية الافتراضية:

– الافتراضية حرية أكبر: تشمل هذه الفئة الطلبة المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يفضلون العلاقات الاجتماعية الافتراضية لأنها تمنحهم حرية كبيرة بما يمكنهم من لعب عدة أدوار في الوقت نفسه.

جدول رقم:13 يبين تبرير نوع العلاقات الاجتماعية التي يفضلها المبحوث:

	التكرار / الفئات	ليسانس		ماستر		المجموع الكلي	
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الاثنتين معا	يمكنني توسيع علاقاتي	97	27 36	40	11 44	137	38
الافتراضية	حرية أكبر	18	5 7	4	1 52	22	6
الحقيقية	اعتبر الافتراضية وهم	153	43 57	47	13 4	200	56
	المجموع	**268**	**75 100**	**91**	**25 100**	**359**	**100**

يُبين الجدول رقم: 13 الخاص بتبرير الطلبة المبحوثين لنوع من العلاقات الاجتماعية المفضلة لديهم، أن 38% من الطلبة المبحوثين الذين فضلوا العلاقتين برروا خيارهم بأنه مكنهم من توسيع علاقاتهم الاجتماعية كما جعلها تأخذ شكلين حقيقي وافتراضي، وتوزعت النسبة المذكورة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 27% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 11% بالنسبة لطلبة الماستر. في حين أجاب 6% منهم بأنهم يفضلون العلاقات الافتراضية لأنها تمنحهم حرية أكبر في علاقاتهم بالآخر وتمكنهم من القيام بعدة أدوار في ظل غياب رقابة المجتمع الحقيقي وتوزعت هذه النسبة على الفئتين المدروستين بالشكل التالي: 5% بالنسبة لطلبة الليسانس مقابل 1% بالنسبة لطلبة الماستر. يُسجل هنا أن أعلى نسبة حسب ما هو موثق في الجدول المدروس هي 56% ومثلت الطلبة الذين أجابوا بأنهم يفضلون العلاقات الاجتماعية الحقيقة، لأنهم يعتبرون نظيرتها الافتراضية وهما وتدل إجابتهم هذه على أنهم تعرضوا لعدم النجاح في محاولة إقامتهم لهذا النوع من العلاقات.

أما على المستوى الفئوي الخاص بطلبة الليسانس فنسجل أن الطلبة الذين أجابوا بأنهم يفضلون العلاقات الاجتماعية الحقيقية كون نظيرتها الافتراضية وهم وخيال بالنسبة إليهم ولا يمكن أبدا أن تحل عندهم مكان العلاقات الحقيقية فبلغت نسبتهم 57%وهي أعلى نسبة، مقابل نسبة 7% بالنسبة للطلبة الذين أجابوا بأنهم يفضلون العلاقات الاجتماعية الافتراضية لأنها تمنحهم حرية أكبر وتحررهم من كل أشكال الرقابة الاجتماعية، كما سجلنا نسبة 36% بالنسبة للطلبة الذين أجابوا بأنهم يفضلون النوعين معا والذين برروا ذلك بإمكانية توسيع علاقاتهم الاجتماعية. وأما بالنسبة للمستوى الفئوي الخاص بطلبة الماستر فنسجل أن الطلبة الذين فضلوا العلاقات الاجتماعية الحقيقية مع تبريرهم ذلك بأنهم يعتبرون العلاقات الافتراضية وهما بلغت نسبتهم 4%، مقابل نسبة 52% بالنسبة للطلبة الذين أجابوا بأنهم يفضلون العلاقات الاجتماعية الافتراضية لأنها تمنحهم حرية أكبر وتحررهم من كل أشكال الرقابة الاجتماعية، ونسبة 44% بالنسبة للطلبة الذين أجابوا أنهم يفضلون النوعين معا مبررين ذلك بإمكانية توسيع علاقاتهم الاجتماعية.

الخلاصة العامة والنتائج:

إن موقع الفيسبوك بناء على مميزاته استطاع أن يختزل العديد من الشروط التي طالما شكلت الَدعامة الأساسية لإقامة أي علاقة اجتماعية، وُيعتبر الحيز الجغرافي أهمها بصفته الفضاء الذي يضم كل أعضاء المجتمع، إضافة إلى الرغبة في الدخول في علاقة بعد الموقف الذي يجمع طرفين فأكثر حسب التعريف الذي قدمه **"ماكس فيبر"** للعلاقات

الاجتماعية، وأصبحت العديد من العلاقات الاجتماعية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي وبالتحديد موقع الفيسبوك تبدأ وتنتهي بكبسة زر. الأمر الذي شكل لدينا هاجس علمي منذ البداية، وبعد جمع المعلومات ميدانيا القيام بتحليل نتائجها توصلنا إلى أن كل الطلبة المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك انطلاقا من دوافع اجتماعية يختلف ترتيبها من حيث الأهمية من طالب إلى آخر حسب الحاجات التي يطمح كل واحد منهم إلى تحقيقها، وتأكد من خلال البحث الميداني أيضا أن معظم المبحوثين يُقبلون على إقامة علاقات اجتماعية افتراضية انطلاقا من دوافع اجتماعية تتمثل أساسا في: إمكانية التفاعل الاجتماعي غير المحدود **كأول دافع اجتماعي**، يليه دافع **تجاوز رقابة المجتمع** الحقيقي **ثم تعويض الاهتمام الاجتماعي** كدافع ثالث.

إن موقع الفيسبوك بناء على ما تقدم وعلى الرغم من كونه أصبح يُشكل فضاء عاما ومفتوحا يشمل عددا غير منتهي من المستخدمين وعبر مختلف مناطق العالم، إلا أن دوافع التفاعل والتواصل ضمنه بقيت تختلف من فرد إلى آخر باختلاف حالاتهم الاجتماعية، وهو ما أكدته النتائج الميدانية لهذه الدراسة وقد أجابت غالبيتهم العظمى أنهم يستخدمون الفيسبوك **بدافع توسيع علاقاتهم الاجتماعية كدافع رئيسي** ثم **تجاوز رقابة المجتمع الحقيقي** كدافع فرعي تابع له. وجميعها شكلت الدوافع الاجتماعية الكامنة وراء إقامة الطلبة المبحوثين لهذا النوع من العلاقات الاجتماعية عبر الموقع المذكور.

قائمة المراجع:

1-محمد محمود بني يونس. **سيكولوجية الدافعية والانفعالات، الطبعة الأولى، دار الميسرة، عمان–الأردن.** 2007، ص15.

[2]- أحمد بن مرسي. **الأسس العلمية لبحوث الاعلام**، الطبعة الأولى، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر.2013 ص141.

[3]- أحمد بدر. **أصول البحث العلمي ومناهجه**، الطبعة التاسعة، المكتبة الأكاديمية. (دون سنة نشر)، ص321.

[4]- محمد عبيدات وآخرون. **البحث العلمي أدواته وأساليبه**، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان. 1998، ص46.

[5] – محسن أحمد الخضيري. **الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة 1992، ص81.

استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها فيهم

دراسة ميدانية على الشباب في قطاع غزة

Palestinian youth uses applications of Smartphone and their effect on them

a field study on the youth of Gaza

د. عمرو أبو جبر*

ملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي. وتجيب الدراسة عن مجموعة التساؤلات أهمها: ما استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وما تأثيراتها فيهم. وطبقت الدراسة على مجتمع الشباب الفلسطيني وعينة قوامها (200) مبحوثاً من محافظات قطاع غزة.

وتشير أهم نتائج الدراسة إلى أن الشباب الفلسطيني يستخدم تطبيقات الهاتف الذكي لاسيما شبكات التواصل الاجتماعي لساعات طويلة يومياً، وحصل تطبيق Facebook على الترتيب الأول بين التطبيقات في الاستخدامات والتصفح، يعد الدافع الأول من استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي تصفح تطبيقات التواصل الاجتماعي، ويستخدم الشباب الفلسطيني تطبيقات الهاتف الذكي لحاجات تتعلق بالأخبار ومتابعة ما يجري من حوله ومراقبة البيئة؛ وتتفق هذه النتيجة مع واقعه وصراعة مع الاحتلال الإسرائيلي، كما تعكس وعي الشباب الفلسطيني وتمسكه بأرضه رغم واقعه المتأزم.

يتأثر الشباب الفلسطيني عينة الدراسة بشكل إيجابي من استخدامه لتطبيقات الهاتف الذكي ويحقق مجموعة من الفوائد أهمها: التعرف على المجتمع بشكل أوسع، ومعرفة كل ما هو جديد، والتسلية والترفيه، والاطلاع والمتابعة على كافة الأخبار، ويتأثر بشكل سلبي من استخدامه لهذه التطبيقات بنسبة أقل إذا ما قورنت بالإيجابيات مما يعكس مضار هذه التطبيقات على الشباب الفلسطيني كإدمان الهاتف الذكي والعزلة عن المجتمع والأسرة والأصدقاء، وتغيير أنماط الحياة وقلة ساعات النوم.

وتوصي الدراسة بالحد من ساعات استخدامات الشباب للهاتف المحمول وتطبيقاته، ومشاركة الشباب بشكل حقيقي وتمكينه من أخذ أدوار ريادية في المجتمع، وزيادة التطبيقات المتعلقة بنقل الانتهاكات الإسرائيلية كإنشاء تطبيق خاص بقضايا القدس، وتطبيق خاص بالرواية الفلسطينية لتبقى في ذاكرة الشباب وتحكي قضيتهم للعالم.

* -أستاذ مساعد ورئيس قسم الإعلام والاتصال–جامعة فلسطين–غزة

الكلمات المفتاحية: استخدامات، تطبيقات، الهاتف الذكي، تأثير

Abstract:

The study aims to identify to uses of Palestinian youth for smartphone applications and the study answers a set of questions, the most important of them: what are the uses of Palestinian youth for smartphone applications and their effect on them. The study was applied to Palestinian youth community and a sample of (200) respondents from the governors of the Gaza Strip.

The most important results of the study indicate Palestinian youth use smartphone applications, especially social networks for long hours daily, Facebook application got the first rank among applications in usage and browsing, The first motivation among youth's uses of smartphone applications is to browse social media applications, Palestinian youth use smartphone applications for news needs, to follow what is happening around them and to monitor the environment. This result is consistent with its reality and is conflict with the Israeli occupation. It also reflect Palestinian youth awareness and their adherence to their land despite its strict reality.

The Palestinian youth of the same study are affected positively by its use of smartphone applications and it achieves a set of benefits, the most important of them: get to know the community more broadly. Learn about all that is new, entertainment, see and follow all the news.

It is negatively affected by his use of these applications to a lesser extent; this reflects the harmful effects of these applications on Palestinian youth as smartphone addiction, isolation from society, family and friends, changing lifestyles and lack of sleeping hours.

The study recommends limiting the hours of youth's use of a mobile phone and its applications, real youth participation enables him to take a real role in society and increase the applications related the transfer of Israeli violations as a create an application for Jerusalem issues and application for the Palestinian narrative to keep the memories of young people and tell their cause to the world.

Key Words: Uses, Applications, Smartphone, Effect

مقدمة:

تعد الهواتف الذكية أحدث التطورات في السنوات الأخيرة في مجال تقنيات الاتصالات، وقد انتشرت بصورة غير مسبوقة، ووفرت تقنيات "الواي فاي" Wi-Fi عبر تقنية bots port وتقنية NFC لقراءة المعلومات وشبكات الجيل الثالث والرابع بيئة خصبة للهواتف الذكية وانتشارها وخصائصها غير المتناهية الأمر الذي نتج عنه حجم فرص هائل للوصول إلى المعلومات بطريقة سريعة وسهلة.

تتسم تكنولوجيا الهاتف بتوسع مجالاتها، وتنوع خدماتها، واستخداماتها بالإضافة إلى كونها أهم أداة من أدوات تكنولوجيا الاتصال والإعلام لتنوع برامجها، الشبكية، والبرمجية ولها تأثير كبير على الفرد والمجتمع، وتتيح هذه التكنولوجيا استحداث تطبيقات في العديد من المجالات كالتعليم، والصحة، وخدمات التسوق، وصناعة الأخبار، ونشرها وغيرها. وتساهم بشكل فعال في إنتاج المواد الإعلامية من صور وفيديوهات ونصوص وإرسالها للجمهور بسرعة فائقة مستغلة خدمات الجيل الرابع الذي يوفر سرعة فائقة وجودة عالية.

ويقبل الشباب على اقتناء الأجهزة ومواكبة تطوراتها أكثر من شرائح المجتمع الأخرى وذلك بحكم سماته وخصائصه وحبه للاطلاع ومتابعة ما هو جديد إذ تظهر بيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني عام 2019 أن ما نسبته 91% من الشباب الفلسطيني يمتلك هاتف ذكي، وأن ما نسبته 82% من الشباب الفلسطيني يمتلكون المهارات الخاصة بتطبيقات الهاتف الذكي من عمليات الكتابة والنسخ واللصق وتثبيت البرمجيات باستخدام لغة متخصصة وغيرها من المهارات[1].

ومن أهم التطبيقات التي يستخدمها الشباب الفلسطيني الشباب الفلسطيني: Facebook' WhatsApp' Twitter' My Space' Google+ وغيرها من التطبيقات وذلك لدوافع التواصل مع الأهل والأصدقاء وحاجات متابعة القضايا والموضوعات المحلية والعربية والدولية. ولهذه التطبيقات تأثيرات على الشباب بصفة عامة والشباب الفلسطيني بشكل خاص وتأخذ هذه التأثيرات شكلين الأول إيجابياً إذ تمكنه من التعرف على المجتمع، ومعرفة كل ما هو جديد، بالإضافة إلى الاطلاع والتسلية والترفيه والقراءة، أما عن الشكل الأخر لهذه التطبيقات فهو سلبي على الشباب لأنه يستخدم تطبيقات الهاتف الذكي بشكل مبالغ به في ساعات الاستخدام التي

[1] الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. الشباب الفلسطيني يستعرض أوضاع الشباب الفلسطيني بمناسبة اليوم العالمي للشباب الثامن من ديسمبر 2019. متاح على شبكة الإنترنت على الرابط التالي:
http://www.pcbs.gov.ps/postar.aspx?lang=ar&ItemID=3529

تحولت عند البعض إلى مرحلة الإدمان وما نتج عنه من صعوبات في النوم والآم في الرقبة وما لها من تأثير على الأسرة والمجتمع بشكل عام.

مشكلة الدراسة:

في ضوء التطورات التكنولوجية اللامتناهية في مجال الاتصالات بأجيالها وتقنياتها المتعددة وانعكاساته على المجتمعات لاسيما الدول النامية ومن بينها الوطن العربي وفلسطين، وفي ضوء ما أفرزته هذه التكنولوجيا من هواتف ذكية بمساحات ضخمة ومزايا عديدة محملة بكم هائل من التطبيقات وما نتج عنها من تأثيرات على الأنساق الاجتماعية والثقافية، وفي ضوء زيادة إقبال الشباب وتعدد استخداماته لاسيما الشباب الفلسطيني لهذه التطبيقات وما لحق به من تأثيرات عليه منها ما هو إيجابي كمتابعة الأخبار ومراقبة البيئة والتواصل مع الأهل والأصدقاء وغيرها ومنها ما هو سلبي كإدمان استخدامات تطبيقات الهاتف الذكي وما يترتب عليه من مخاطر صحية كقلة ساعات النوم وزيادة السهر وأخرى اجتماعية ونفسية كالعزلة عن المجتمع والسخط وانعدام الدور. تتحدد التساؤل العام التالي:

- **ما استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وما تأثيراتها عليهم؟**

وينبثق عن التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

1- ما معدل استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي؟
2- ما طبيعة تطبيقات الهاتف الذكي التي يستخدمها الشباب الفلسطيني؟
3- ما دوافع الشباب الفلسطيني من استخداماته لتطبيقات الهاتف الذكي؟
4- ما حاجات الشباب الفلسطيني من استخداماته لتطبيقات الهاتف الذكي؟
5- ما تأثيرات تطبيقات الهاتف الذكي على الشباب الفلسطيني؟

فروض الدراسة:

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها في أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى التعليم؟

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها في أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير الوظيفة أو المهنة؟

أهداف الدراسة:

1- التعرف على استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي.
2- رصد التطبيقات الأكثر استخداماً من قبل الشباب الفلسطيني.
3- تفسير دوافع استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي.
4- تحليل حاجات الشباب الفلسطيني من استخداماته لتطبيقات الهاتف الذكي.
5- مناقشة حدود تأثير تطبيقات الهاتف الذكي على الشباب الفلسطيني إيجاباً وسلباً.

أهمية الدراسة:

تعد شريحة الشباب هم القوة الدافعة والمحركة لشراء المستحدثات التكنولوجية واستخدامها والتعامل معها مقارنة بالشرائح السنية الأخرى. ولا شك أن الشباب هم أكثر فئات المجتمع ملاحقة لهذه الأجهزة والأكثر إقبالاً على امتلاكها، لاسيما الهاتف الذكي وتطبيقاته المتنوعة. وتمثل شريحة الشباب في الهرم السكاني الفلسطيني ما يقارب على 30% من حجم السكان[1].

ويمكن وصف حال الشباب الفلسطيني بأنه "واقع متأزم" حيث يعاني من الشعور بالوحدة، وعدم الأهمية واللامبالاة، والعزلة الاجتماعية، وعدم الانتماء. بالإضافة إلى السخط السياسي وعدم الثقة بالأحزاب والمسئولين، والاغتراب الديني والثقافي الأمر الذي يجعله دائماً في حالة قلق وخوف حيث أصبح في حالة إدمان لهذه الهواتف وتطبيقاتها الأمر الذي انعكس بالسلب على المجتمع الفلسطيني اجتماعياً وثقافياً وأخلاقياً.

وأهمية التعرف على استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وما تحققه من إشباعات وما لها من تأثيرات عليهم، خاصة بعدما أكدت العديد من الدراسات[2] أن معدلات الاستخدامات في تزايد مستمر وأن هذه الاستخدامات تحمل الايجابيات والسلبيات.

[1] **الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني**. تقرير المرأة والرجل في فلسطين قضايا وإحصائيات. (فلسطين: الجهاز المركزي الفلسطيني، 2019). ص21.

[2] **منتدى شارك الشبابي**، تقرير مرحلي: رياح التغيير هل ستدرك جدران القهر. (فلسطين: منتدى شارك الشبابي، 2018). ص10.

نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

تنتمي هذه الدراسة إلى **الدراسات الوصفية** التي تستهدف تصوير، وتحليل، وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد[1]، وذلك لوصف خصائص الشباب الفلسطيني المستخدم لتطبيقات الهاتف الذكي، لتفسير وتحليل استخداماته من حيث المعدل وطبيعة الاستخدام والمشاركة وتأثيراتها عليه.

اعتمدت الدراسة على **منهج المسح** الذي يسمح بتعدد تصنيفاته، وأساليبه، وأدواته، كما يعد الطريقة المثلى لجمع المعلومات من مصادرها الأولية، وعرض هذه البيانات في صور يمكن الاستفادة منها[2]، وتتخذ هذه الأداة الجمهور مفردات بحثية تستطلع رأيها، أو التعرف على مواقفها بشأن قضية وأحداث محددة، وهي أداة موضوعية تستخدم في جمع البيانات[3] من الشباب الفلسطيني الذي يستخدم تطبيقات الهاتف الذكي لدراسة حدود الاستخدامات وتأثيراها عليهم.

واستخدمت الدراسة على **صحيفة الاستقصاء** (الاستبيان) الذي يعد أحد الأدوات الرئيسية في جمع البيانات في العلوم الاجتماعية، وتتخذ هذه الأداة الجمهور مفردات بحثية تستطلع رأيها، أو تتعرف على مواقفها بشأن قضية وأحداث محددة، وهي أداة محددة تستخدم في جمع البيانات من الشباب الفلسطيني، لتفسير حدود استخداماته لتطبيقات الهاتف الذكي وطبيعتها وتأثيراتها فيهم.

عينة الدراسة ومجتمعها:

وظفت الدراسة على أسلوب **العينة البسيطة المتاحة** للشباب الفلسطيني ممن يستخدمون تطبيقات الهاتف الذكي، وراعى البحث مجموعة من المعايير في اختياره للعينة حيث تقترب هذه العينة في قيمتها المنهجية من العينات العشوائية الطبقية، ويكمن الاختلاف بأن اختيار الوحدات البحثية في المجموعات الفرعية يتم بشكل غير عشوائي، أي يتم اختيار المفردات في كل حصة (فئة) بأسلوب العينة المتاحة، وليس بناء على قواعد احتمالية.

---

[1] **شيماء ذو الفقار زغيب**. مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009). ص89.

[2] **مرفت الطرابيشي**. بحوث قياس الرأي العام المناهج والأدوات ط2. (القاهرة: د.ن، 2017). ص30.

[3] **عبد العزيز السيد عبد العزيز**. مناهج البحث العلمي. ط2. (القاهرة: دار النهضة العربية، 2017). ص74.

يتحدد مجتمع الدراسة في **الشباب الفلسطيني المقيم في قطاع غزة** من عمر (18) عاما حتى عمر (35) عاما، وهذه هي فئة الشباب كما هو موضح سابقاً حسب المعايير الدولية[1]. وطبقت الدراسة على عينة قوامها (200) مبحوثاً من محافظات قطاع غزة (رفح- خان يونس- الوسطى- غزة- شمال غزة)، حيث تم توزيع عينة الدراسة عن طريق إعطاء حصة من المفردات بطريقة التوزيع المتساوي لمتغير النوع، والتوزيع المتناسب لمتغير الإقامة، بحيث يتناسب مع مجتمع الدراسة الأصلي، وفقاً للأرقام والإحصائيات التي يتيحها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني عام 2019.

مجال الدراسة:

الموضوعي: التعرف على استخدامات الشباب الفلسطيني على تطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها فيهم.

البشري: الشباب في المرحلة من (18-35) عاماً.

المكاني: محافظات قطاع غزة وعددها خمسة.

الزماني: طبقت الدراسة الميدانية في نوفمبر عام 2019.

الدراسات السابقة:

في إطار ما تم الاطلاع عليه من دراسات ذات صلة بالموضوع؛ يتم عرضها كالآتي:

1- "Use of Social Networks Sites by Young Adults in Russia"(2018).[2]

طبقت الدراسة على عينة قوامها (14) مبحوثاً من الشباب الجامعي ممن تتراوح أعمارهم بين (22- 28) عاما في مدينة سان بطرسبرج الروسية. وتشير أهم النتائج إلى: أن مواقع التواصل الاجتماع توفر العديد من مزايا الاتصال الشخصي مما يجلها ثرية بالمعلومات مثل الاتصال السهل والمجاني بين المستخدمين. وتوفر خصوصية في الاتصال والتعبير عن الذات، وتمثلت أسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والاتصال الشخصي مع الأهل والأصدقاء والاستفادة من تجارب الآخرين.

---

[1] **علي ليلة**. الشباب والمجتمع: أبعاد الاتصال والانفصال. (الاسكندرية: المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، 2014). ص25.

[2] **Marina Vastly**. Use of Social Networks Sites by Young Adults in Russia :unpublished Master's Thesis, University of Tampere "School of Social Sciences and Humanities" May2018.

2- دراسة "العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب" (2017)[1].

تهدف الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب وتحليل مستويات المعرفة التي يحققها الإعلام الرقمي في زيادة وعي وإدراك الجمهور لقضايا الشباب. وطبقت الدراسة على عينة قوامها (168) مبحوثاً من محافظات قطاع غزة. وتشير أهم نتائج الدراسة إلى: أن ما نسبته 80% من الجمهور يستخدمون الانترنت كمصدر أول في الحصول على المعلومات، وأن ما نسبته 74.7% يستخدمون Facebook، وأن الجمهور الفلسطيني مهتم بقضايا الشباب ويتابعها بنسبة وصلت 84%، وأن تطبيقات الإعلام الرقمي تشكل معارف الجمهور بنسبة وصلت 56%.

3- دراسة "تطبيقات الهواتف الذكية من قبل طالبات كلية علوم الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: دراسة وصفية" (2016)[2].

تهدف الدراسة إلى معرفة تداول المعلومات من خلال طالبات الهواتف الذكية من قبل طالبات كلية علوم الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، والتعرف على استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي في الهواتف الذكية في تداول المعلومات، وطبقت الدراسة على طالبات الفرقة الرابعة على عينة قوامها (124) طالبة، وتشير أهم نتائج الدراسة أن جميع الطالبات يستخدمن تطبيقات التواصل الاجتماعي في الهاتف الذكي، حصل تطبق WhatsApp على الترتيب الأول من حيث الاستخدامات وأن الطالبات عينة الدراسة يستخدمنه أكثر من 20 مرة في اليوم وأغلب الاستخدام يكون للحصول على المعلومات.

[1] **عمرو أبو جبر وإبراهيم المصري**. العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب. دراسة منشورة. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات. ع42 الجزء الأول (فلسطين: جامعة القدس المفتوحة، 2017). ص ص121-138.

[2] **مسفرة دخيل الله الخشعمي**. أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري: الهاتف الجوال وشبكة الإنترنت. رسالة ماجستير غير منشورة. (السودية: جامعة الملك سعود، قسم الدراسات الاجتماعية، 2015).

4– دراسة "أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري: الهاتف الجوال وشبكة الإنترنت (2015)[1].

تهدف الدراسة إلى التعرف على إيجابيات وسائل الاتصال الحديثة وسلبياتها كالهاتف الذكي والانترنت بشكل عام على الحوار الأسري، ومعرفة أسباب استخدام وسائل الاتصال داخل الأسرة وتأثيرها عليهم. وطبقت الدراسة على عينة قوامها (380) مبحوثاً بمدينة الرياض.

وتشير أهم النتائج إلى أن وسائل الاتصال الحديثة تضفي نوعاً من ثقافة الحوار في التعامل مع أفراد الأسرة وتسهم في تعزيز عمليات النقاش، وأن وسائل الاتصال تساعد في قضاء وقت جيد مع أفراد الأسرة من خلال التواصل معهم عبر المحادثات والمجموعات، وأن الوقت الذي يقضيه الأفراد أمام الإنترنت لا يساعد في التعرف على مشاكل أسرته سواء كانوا الأخوة أو الأم أو الأب أو الزوجة، وأن الأفراد أصبحوا لا يجلسون مع أسرهم بسبب وسائل الاتصال الحديثة.

5– دراسة "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية" (2013)[2].

طبقت الدراسة على عينة قوامها (410) مبحوثاً من الشباب الفلسطيني في القدس والضفة الغربية وقطاع غزة. وتشير أهم النتائج أن شبكة Facebook من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً وتفاعلاً تلتها Skype وتطبيق Massinger وتطبيق +Google، وأوضحت الدراسة أن الدور التي به تطبيقات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل تنمية المشاركة نحو القضايا المجتمعية تمثل في: العمل على زيادة الوعي الثقافي والسياسي، وتتيح فرصة المشاركة ومناقشة القضايا المجتمعية. وتعتبر قنوات اتصالية فعالة لتشكيل الرأي العام ومراقبة البيئة المجتمعية بما يدور حولها من تطورات وأحداث.

---

[1] **فاطمة محمد الأحمري**. أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري: الهاتف الجوال وشبكة الإنترنت. **رسالة ماجستير غير منشورة**. (السعودية: جامعة الملك سعود: قسم الدراسات الاجتماعية، 2015).

[2] **أحمد يونس حمودة**. دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية. رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2013).

اختباري الصدق والثبات

أولاً–الصدق:

للتأكد من صدق الاستمارة في قياس متغيرات الدراسة تم عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين[*] لتحقيق الصدق الظاهري للبيانات، وبعد إجراء التعديلات على النموذج الأولي للاستمارة أشار المحكمون إلى أن الاستمارة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه. وتم تعديل الاستمارة وفق ملاحظاتهم.

ثانياً–الثبات:

يقيس معامل ألفا كرونباخ درجة ارتباط مجموعة من الفقرات (الأسئلة) لتشكل مقياساً (اختباراً) متسق داخلياً، ويعتبر من أكثر معاملات قياس الاتساق الداخلي تطبيقاً في الدراسات، وإذا تجاوزت قيمة اختبار ألفا كرونباخ 70% فإن هذا يعتبر مؤشراً على ثبات المقياس، وقد بلغت قيمة معامل ألفا 94.5، الأمر الذي يدلل ويؤكد على ثبات الاتساق الداخلي لاختبار استخدام الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها فيهم.

الخلفية النظرية للدراسة: نظرية الاستخدامات والإشباعات

يعتبر مدخل الاستخدامات والإشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال، فهو النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدية الذي يركز على كيف تؤثر وسائل الاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك[1]، بينما يركز مدخل الاستخدامات والإشباعات على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات

(*) **حكم الاستمارة السادة الآتية أسماؤهم مرتبة أبجدياً وحسب الدرجة العلمية.**

1– أ.د حسين أبو شنب أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام الأسبق بالجامعات الفلسطينية.

2– أ.د. ماجد تربان. أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام جامعة الأقصى سابقاً.

3– د. تحسين الأسطل. نائب نقيب الصحفيين الفلسطينيين.

4– د. فخري عبد القادر علي. أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الدار بالإمارات العربية المتحدة.

5– د. دينا الخطاط. مدرس بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة عين شمس بمصر.

[1] **Agee**. **K**.**& others**. Introduction to Mass Media. (USA: HarperCollins Collage publishers. 1994). P.36.

الجمهور، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير[1] من دراسة ما تفعله هذه التطبيقات الذكية على الشباب إلى دراسة ماذا يفعل الشباب بهذه التطبيقات.

وقد كان كاتز Kats أول من قدم نموذج لمدخل الاستخدامات والإشباعات، حيث رفض وبشدة النظرة القديمة للجمهور على إنهم سلبيين في التعامل مع وسائل الاتصال وجعل منهم أشخاصاً نشيطين مشاركين بفاعلية ويختارون عن عمد المضامين[2] أو ما يعادلها في هذه الدراسة التطبيقات الذكية التي تشبع احتياجاتهم. وقد واصل Kats وزملاءه جهودهم البحثية في هذا الميدان حتى كانت تلك الجهود بظهور نظرية الاستخدامات والإشباعات، وقد أصبحت واحدة من النظريات المهمة في الميدان الإعلامي[3].

ويمكن تقسيم بحوث نظرية الاستخدامات والإشباعات طبقاً لنوعيتها إلى: البحوث التقليدية التي كانت تستخدم في تحديد دوافع أفراد الجمهور للإعجاب بوسائل اتصالية معينة أو مضامين إعلامية معينة، والنوع الأخر البحوث الحديثة حيث ركزت على دراسة اختيارات أفراد الجمهور والعمليات الانتقائية التي يقومون بها وردود أفعالهم واستجابتهم لمضمون وسائل الإعلام[4].

ويعتبر مصلح الجمهور النشط من أهم افتراضات هذه النظرية حيث ترى أن الجمهور مشاركاً ونشطاً في عملية الاتصال، ونشاط الجمهور ليس ثابتاً ولكنه متغير، فالمستخدم غير النشط في وقت ما يمكن أن يصبح نشط في وقت أخر وذلك حسب المضمون الإعلامي[5]. وقد وفرت تطبيقات الهاتف الذكي مضامين متنوعة الأمر الذي انعكس على أن الشباب ينتقي في استخداماته لهذه التطبيقات ويعلق ويناقش ويصبح مشارك ودوره فعال وأساسي في هذه التطبيقات التي توفرها الهواتف الذكية.

---

[1] **Harwood**. **J**. "Age Identications. Social identity. Gratifications and television viewing" Journal of Broadcasting and Electronic media. Vol. 43. No.1.1999.p.123.

[2] **عاطف عدلي العبد**. نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية. (القاهرة: دار الفكر العربي، 2008). ص299.

[3] **Satnly**. **J**. **Baran& Dennis**. **K**. Mass Communication theory Foundation Ferment and future. (Australia. Belmont. CCA: wads Worth. 2010). P. 202-221.

[4] **حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد**. الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط4. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003). ص246-247.

[5] **Denis**. **Q & Steven**. **W**. **Communication Models for the study of Mass Communication**. (London: Longman. 2005). P.137.

ومن أهم دوافع النظرية الدوافع النفعية وتتحقق من خلال التعرف على الذات واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم، والدوافع الطقوسية وتتحقق من خلال تمضية الوقت والألفة والهروب من المشكلات، ويتوقع الجمهور من وسائل الإعلام إشباع احتياجاته من خلال الرسالة الإعلامية التوجيهية والاجتماعية وشبة التوجيهية وشبة الاجتماعية التي تساعده على تخفيف الإحساس بالتوتر والتخلص من الملل والعزلة والتوحد مع شخصيات الإعلام[1].

حدود استفادة الدراسة الحالية من نظرية الاستخدامات والإشباعات:

نظراً لأن الجمهور في نظرية الاستخدامات والإشباعات جمهور نشط يختار بنفسه التطبيقات التي يتعرض لها ويستخدمها والتي تحقق له حاجاته وتوقعاته، فإن هذه الدراسة تنظر إلى جمهور الشباب الفلسطيني على أنه جمهور نشط في استخدامه لتطبيقات الهاتف الذكي حيث يستخدمها بوعي وينتقي منها التطبيقات التي تلبي رغباته، ويتيح تعدد التطبيقات في الهاتف الذكي أمام الشباب فرصة أكبر في اختيار هذه التطبيقات.

وفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباعات فإن دوافع واحتياجات الجمهور هي التي تحدد تأثير هذه التطبيقات على سلوكهم واتجاهاتهم، لذا فإن التعرف على دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي يساعدنا على فهم تأثيرها عليهم وتوقعاتهم منها. وترى النظرية أن دوافع استخدام الأفراد لوسائل الإعلام ترتبط بوجودهم في بيئاتهم الاجتماعية وتفاعلهم مع تلك البيئات، ووفقاً لهذا فإن الاحتياجات التي يرغب الشباب الفلسطيني في تحقيقها من خلال استخدامه لتطبيقات الهاتف الذكي ترتبط بتواجدهم داخل المجتمع وعلاقتهم بالأفراد المحيطين بهم ومدى تفاعلهم معهم.

المعالجة الاحصائية للبيانات:

بعد القيام بإجراء عملية ترميز لاستمارة الاستقصاء بالمقابلة، ومن خلال استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) والاستعانة بأحد الإحصائيين[*] تم إجراء المعالجة الإحصائية للبيانات، واستخراج المعاملات الإحصائية الملائمة لاختبار فروض الدراسة، ومن خلال ذلك تم الاعتماد على الاختبار الاحصائية الآتية:

1- التكرارات والنسب المئوية.

---

[1] **حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد**. مرجع سبق ذكره. ص247.

[*] ساعد في التحليل الإحصائي الأستاذة رفيف حجازي.

2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، لمعرفة درجة الموافقة على بعض أسئلة الاستبيان.

3- معامل ألفا كرونباخ: (ثبات الاستبيان) لقياس درجة ارتباط مجموعة من الفقرات.

4- تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) لتوضيح مدى الفروق بين سمات الجمهور ومتغيرات الدراسة.

نتائج الدراسة الميدانية:

المحور الأول: السمات العامة لعينة الدراسة:

جدول رقم (1) سمات عينة الدراسة

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	124	62.0
انثى	76	38.0
المجموع	200	100
العمر	**التكرار**	**النسبة المئوية**
18 – 28	117	58.5
29 - 35	83	41.5
المجموع	200	100
الحالة الزواجية	**التكرار**	**النسبة المئوية**
أعزب	82	41.0
متزوج	85	42.5

مطلق	19	9.5
أرمل	14	7.0
المجموع	200	100
مكان السكن	**التكرار**	**النسبة المئوية**
شمال غزة	44	22.0
غزة	51	25.5
الوسطى	53	26.5
خانيونس	37	18.5
رفح	15	7.5
المجموع	200	100
المستوى التعليمي	**التكرار**	**النسبة المئوية**
دبلوم مهني فأقل	74	37.0
بكالوريوس	84	42.0
دراسات عليا	42	21.0
المجموع	200	100
الوظيفة أو المهنة	**التكرار**	**النسبة المئوية**
طالب جامعي	79	39.5

موظف حكومي	26	13.0
موظف وكالة	11	5.5
قطاع خاص	21	10.5
تجارة وأعمال حرة	17	8.5
حرف يدوية	17	8.5
لا أعمل	29	14.5
المجموع	200	100
نوع السكن	**التكرار**	**النسبة المئوية**
منزل ملك	110	55.0
شقة ملك	59	29.5
شقة إيجار	31	15.5
المجموع	200	100
ملكية الأجهزة الذكية	**التكرار**	**النسبة المئوية**
هاتف محمول	152	65.5
لاب توب	50	21.6
أيباد	30	12.9
المجموع	232	100

المحور الثاني–تقنيات الهواتف الذكية ومعدل استخداماتها من قبل الشباب الفلسطيني.

جدول رقم (2) نوع نظام الهاتف الذكي لعينة الدراسة

نوع نظام الهاتف الذكي	التكرار	النسبة المئوية
android	139	69.5
IOS	61	30.5
المجموع	**200**	**100**

تشير بيانات الجدول السابق أن ما نسبته 70% من الشباب الفلسطيني يستخدم نظام android كنوع نظام موجود على جهازه الذكي وترجع هذه النسبة إلى أنه نظام مجاني ومتوفر في معظم الأجهزة ويستطيع الشباب الفلسطيني إقتناءه إضافة إلى السهولة والسرعة. بينما جاء نظام IOS في الترتيب الثاني وتسميته اختصار لنظام تشغيل أجهزة iPhone التابع لشركة apple وترجع هذه النسبة إلى أسعار هذه الأجهزة المرتفع مقارنة مع النظام الأول المتوفر في الأجهزة الاقتصادية.

جدول رقم (3) معدل استخدام الشباب الفلسطيني وتصفحه لشبكات التواصل الاجتماعي

معدل استخدام الشباب وتصفحه لشبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
ثلاث ساعات فأكثر	119	59.5
ساعة لساعتين	50	25.0
ساعة	31	15.5
المجموع	**200**	**100**

تشير بيانات الجدول السابق أن الشباب الفلسطيني غزير أو كثيف الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي إذ تشير النتائج إلى أن ما نسبته 59.5% من الشباب الفلسطيني يستخدمون شبكات التواصل أكثر من ثلاث ساعات وهي نتائج تعكس القدرات الاتصالية لهذه الوسائل وتقنياتها المتنوعة كقدرة التعبير عن الذات والاتصال الشخصي الحر وخاصية التفاعل مع الآخرين إلى جانب عناصر الجذب والإبهار والترفيه. بينما يستخدم الشباب الفلسطيني شبكات التواصل الاجتماعي ساعتين فأقل في اليوم بنسبة 25%. وساعة فأقل بنسبة 15%، ويمكن تفسير هذه

النسب إلى أن الشباب الفلسطيني يستخدم هذه الشبكات بشكل موزع ولكنه يستخدم ويتواصل بنسبة 100%، وهي نتائج تتفق مع دراسة Marina Vastly[1] 2018 حيث يستخدم الشباب الروسي شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة تكاد تصل 100%.

المحور الثالث: التطبيقات الأكثر استخداماً من قبل الشباب الفلسطيني.

جدول رقم (4) التطبيقات التي يستخدمها الشباب الفلسطيني: (مرتبة حسب الاستخدام)

التطبيقات التي تستخدمها	التكرار	النسبة المئوية	الرتبة
Facebook	113	56.5	1
Whats App	26	13.0	2
YouTube	21	10.5	3
Twitter	12	6.0	4
My Space	9	4.5	5
Snap chat	8	4.0	6
أخرى	7	3.5	7
Google+	4	2.0	8
LinkedIn	-	-	9
المجموع	**200**	**100**	–

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن تطبيق Facebook يتصدر التطبيقات في الاستخدامات والتصفح، نتيجة لما يتمتع به من مميزات وقدرات وأدوات اتصالية وشعبية واسعة ويوفر مجموعة كبيرة من المميزات كالبث المباشر والقصص ويجمع بين سمات تطبيقات كثيرة كما أنه يلاحق التطورات التكنولوجية ويقدم دائما مزايا وتصميمات

[1] **Marina Vastly**. Use of Social Networks Sites by Young Adults in Russia.Op.Cit .

متنوعة. فيما جاء تطبيق Whats App في الترتيب الثاني إذ يوفر هذا التطبيق كم هائل من المجموعات الإخبارية ومجموعات الصداقة وغيرها ويعد التطبيق الأكثر سهولة ومرونة من حيث التواصل بين الأصدقاء وهي نسب تتفق مع دراسة عمرو أبو جبر وإبراهيم المصري 2017[1].

بينما جاء تطبيق YouTube وتطبيق Twitter في ترتيب متوسط إذ توفر هذه التطبيقات الفيديوهات والتفاعل معها إذ يختص الأول منها بذلك أما الأخر بالتغريدات وأيضاً الفيديوهات القصيرة وغيرها.

جاءت باقي التطبيقات في ترتيبات متأخرة بالنسبة لأولويات الاستخدام من قبل الشباب الفلسطيني عينة الدراسة مقارنة بالتطبيقات السابقة وتتفق هذه النتائج مع تقرير شارك شبابي[2]عام 2019 بنسبة كبيرة إذ جاءت هذه التطبيقات في ترتيبات متأخرة ومجموعات قليلة من الشباب الفلسطيني تستخدمها وتتصفحها؛ ربما يرجع إلى حداثها أو صعوبة في التعامل معها نسبياً أو أن عدد الشباب في المحيط الجغرافي لا يستخدمون هذه التطبيقات فبالتالي لا يجدون بعضهم فيها. ويمكن تفسير فئة أخرى إلى تطبيقات Instagram وTelegram وغيرها من التطبيقات محدودة الاستخدام والتصفح من الشباب الفلسطيني عينة الدراسة.

المحور الرابع: أشكال وأساليب استخدام الشباب الفلسطيني عينة الدراسة لتطبيقات الهاتف الذكي.

جدول رقم (5) أشكال وأساليب استخدام الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي: (مرتبة حسب الأسلوب)

شكل وأسلوب الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية	الرتبة
التواصل مع الأهل الأصدقاء والزملاء	112	56.0	1
نشر البوسترات والقصص	33	16.5	2
متابعة الفيديوهات الحية والمباشرة	29	14.5	3
تحرير الصور والفيديوهات	26	13.0	4
المجموع	**200**	**100**	–

[1] **عمرو أبو جبر وإبراهيم المصري**. العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب. دراسة منشورة. مرجع سبق ذكره. ص ص121-138.

[2] **منتدى شارك شبابي**. التقرير السنوي للمنتدى 2019. (فلسطين: منتدى شارك الشبابي، 2019). ص142.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ما نسبته 56% من الشباب الفلسطيني عينة الدراسة يستخدم تطبيقات التواصل الهاتف الذكي في التواصل مع الأهل الأصدقاء والزملاء وهي نسبة تشير إلى ميزة الاتصال الشخصي في الحرية والتعبير عن الذات وقدرة هذه التطبيقات وسرعتها في التواصل في الصوت والصورة ونقل البيانات لاسيما في تقنيات الجيل الرابع وما حققه من مزايا، في حين جاء استخدام هذه التطبيقات لنشر البوسترات والقصص في الترتيب الثاني ولكن بنسبة بعيدة كثيراً بالمقارنة مع الفئة الأولى، ويمكن تفسير هذه النسبة إلى أن الشباب الفلسطيني يتميز بالنشاط والنشر والتواصل والتفاعل على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي.

وجاءت فئات متابعة الفيديوهات الحية أو المباشرة، وتحرير الصور والفيديوهات في الترتيب الثالث والرابع على التوالي مما يعكس مشاركة الشباب واستغلال هذه التطبيقات في مشاركة مناسباته ومناسبات المجتمع وأخباره وقضاياه والتعبير عن ذاته عبر هذه المنصات.

المحور الخامس: دوافع استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي.

جدول رقم (6) دوافع استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي: (مرتبة حسب الأهمية)

دوافع الاستخدامات	التكرار	النسبة المئوية	الرتبة
تصفح تطبيقات التواصل الاجتماعي	96	48.0	1
متابعة الأخبار	49	24.5	2
مشاهدة الصور والقصص والرسوم والبيانات	23	11.5	3
الاستماع إلى الموسيقى	17	8.5	4
ارسال الملفات واستقبالها	15	7.5	5
المجموع	**200**	**100**	–

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الدافع الأول من استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي تصفح تطبيقات التواصل الاجتماعي بنسبة وصلت 48%، وهي نتيجة مهمة تعكس استمرارية التصفح لهذه التطبيقات التي تتميز بالسرعة بنقل القصص والأخبار والمناسبات وغيرها وهذه المزايا تتفق مع بيانات جدول رقم (4) الخاص بتميز Facebook كأهم تطبيق يحرص الشباب الفلسطيني على تصفحه وهو يتميز بالشعبية والتوسع في

كثير من المناسبات. في حين جاءت متابعة الأخبار في الترتيب الثاني بنسبة زادت على 24%، وهي نسبة تعكس اهتمام الشباب الفلسطيني بالأخبار لاسيما صراعه مع الاحتلال الإسرائيلي ومتابعة قضيته وهمومه إذ تشير النتائج إلى ارتفاع كبير في نسب البطالة والفقر وتأخر سن الزواج الأمر الذي انعكس على زيادة معدلات العنف والجريمة[1].

في حين جاءت فئات إرسال الملفات واستقبالها، والاستماع إلى الموسيقى والمواد الترفيهية، ومشاهدة الصور والقصص والرسومات في ترتيب متأخر نسبياً نتيجة أولويات الشباب الذي يبحث عن كل ما هو جديد والاطلاع على قضايا مجتمعه وهي خصائص وسمات تتفق مع طبيعة الشباب. كما أن الشباب أحياناً يميل للاسترخاء والاستماع إلى الموسيقى أو حتى الهروب من واقعه المتأزم، وإرسال وتلقي الملفات تتفق مع بيانات الجدول رقم (1) الذي تعكس اهتمام الشباب الفلسطيني بالتعليم الجامعي والالتحاق بالدراسات العليا.

المحور السادس: حاجات الشباب الفلسطيني من استخدامات تطبيقات الهاتف الذكي.

جدول رقم (7) حاجة الشباب الفلسطيني لاستخدامات تطبيقات الهاتف الذكي

حاجات الاستخدامات	التكرار	النسبة المئوية	الرتبة
تطبيقات خاصة بالأخبار	97	48.5	1
تطبيقات خاصة بالترفيه والألعاب	79	39.5	2
تطبيقات خاصة بالخدمات الجامعية والبنوك وغيرها	24	12.0	3
المجموع	**200**	**100**	–

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الشباب الفلسطيني عينة الدراسة يستخدم تطبيقات الهاتف الذكي لحاجات تتعلق بالأخبار ومتابعة ما يجري من حوله ومراقبة البيئة؛ وهي نتيجة كما أسلفنا تتفق مع واقعه وصراعة مع الاحتلال الإسرائيلي، كما تعكس وعي الشباب الفلسطيني وتمسكه بأرضه رغم واقعه المتأزم بالإضافة إلى اهتمامه بقضايا خاصة بالانقسام الفلسطيني بين شطري الوطن الضفة الغربية وقطاع غزة. والجدير بالذكر أن تطبيق Whats

[1] **عمرو أبو جبر**. معالجة القنوات التليفزيونية لقضايا الشباب ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها. رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2015). ص269.

Appأكثر التطبيقات شهرة في المجموعات الإخبارية في فلسطين وهي نسبة تتفق مع دراسة محسن محمد وفوزي بلحجاج 2018[1].

وجاءت التطبيقات الخاصة بالترفيه والألعاب في ترتيب متوسط بما يزيد عن 39%، وهي نسبة تعكس اهتمام هذه التطبيقات بتوفير الألعاب وعالم الترفيه وتجذب الشباب إليها خاصة وإنها توفر عدداً منها بشكل مجاني وهي نسب تتفق مع دراسات عدة أبرزها دراسة محمود محمد أحمد عام (2019)[2]. في حين جاءت التطبيقات الخاصة بالخدمات الجامعية وتطبيقات خدمات البنوك وغيرها في الترتيب الثالث بنسبة 12%، وهي نتيجة طبيعية لأن استخدام الشباب لهذه التطبيقات مرتبط بوقت محدد أو أن عدد منهم ليس لديه حساب بنكي.

المحور السابع: تأثير تطبيقات الهاتف الذكي على الشباب الفلسطيني عينة الدراسة.

جدول رقم (8) نوع التأثيرات على الشباب الفلسطيني

التأثيرات	التكرار	النسبة المئوية
إيجابية	128	64.0
سلبية	72	36.0
المجموع	**200**	**100**

تشير بيانات الجدول السابق إلى الشباب الفلسطيني عينة الدراسة يتأثر بشكل إيجابي من استخدامه لتطبيقات الهاتف الذكي بنسبة تصل 64%، وهي نسبة تعكس أن الشباب يحقق مجموعة من الفوائد. وقد جاءت أهم إجابات المبحوثين حسب التساؤل المفتوح كالآتي: التعرف على المجتمع بشكل أوسع، ومعرفة كل ما هو جديد، والتسلية والترفيه، والاطلاع والمتابعة على كافة الأخبار، تنمية القدرات الثقافية والعلمية، ومتابعة المواضيع العلمية والتحليلية والسياسية، والاتصال والتواصل مع الأخرين، والاستماع للموسيقى، وتطوير الذات، والتعرف على تطبيقات جديدة، وكسب خبرات متنوعة (تعليم مهارات فن الذات والخياطة... وغيرها)، والمشاركة في المناسبات المختلفة،

[1] **محسن محمد بن كليب وفوزي بلحجاج**. أثر استخدام الواتس آب في إدارة وقت طلاب الجامعات اليمنية: دراسة ميدانية على طلاب حضرموت. دراسة منشورة ع الأول المجلد الأول: ديسمبر 2018. (اليمن: مجلة جامعة الريان، 2018). ص187.

[2] **محمود محمد حسين أحمد**. أثر استخدام محفزات الألعاب على تنمية الوعي البيئي لدى طلاب الجامعات. دراسة منشورة. في مجلة جامعة جنوب الوادي. (مصر: جامعة جنوب الوادي، مجلة جامعة جنوب الوادي للبحوث، 2019). ص ص38-42.

والتعرف على أصدقاء جدد، وتسويق للمشاريع، وإنجاز الأعمال (الصحفية)، وزيادة الوعي الاجتماعي، والتواصل مع العالم الخارجي، وسرعة الحصول على المعلومات، والتواصل مع العائلة، والدراسات وقراءة الكتب، وتسلية للأطفال.

جدول رقم (9) **التأثيرات السلبية لتطبيقات الهاتف الذكي من وجهة نظر الشباب أنفسهم.**

التأثيرات السلبية	التكرار	النسبة المئوية
إدمان الهاتف الذكي	70	40.5
العزلة عن المجتمع	40	23.1
صعوبة في النوم	29	16.8
آلم في الرقبة والجسم	33	19.1
أخرى	1	0.6
المجموع	**200**	**100**

جاءت التأثيرات السلبية كما في جدول رقم (8) بنسبة وصلت 36%، وهي نسبة كبيرة نسبياً تعكس مضار هذه التطبيقات على الشباب الفلسطيني. وجاءت أهم سلبيات تطبيقات الهاتف الذكي من وجهة نظر الشباب أنفسهم إدمان الهاتف الذكي بنسبة تصل إلى 40.5% وهي نسبة تعكس الاستخدام الزائد لهذه التطبيقات خاصة وأن الشباب الفلسطيني يستخدم تطبيقات الهاتف الذكي ما يزيد عن ثلاثة ساعات يومياً وفق بيانات جدول رقم (3) ما يجعله لا يستطيع الابتعاد عن الهاتف فترات طويلة ويتحول إلى مدمن لها.

ينتج عن هذه التأثيرات مشاكل صحية مثل ألم في الرقبة وغيرها وأخرى اجتماعية ونفسية مثل العزلة عن المجتمع والأسرة والأصدقاء وتصبح العلاقات افتراضية ويشعر الفرد باللامبالاة ويبتعد عن العادات والتقاليد والتواصل مع المجتمع ودوره فيه، كما ويشعر بصعوبة في النوم الأمر الذي انعكس على تغيير أنماط الحياة وقلة ساعات النوم وزيادة السهر أو التأخر في النوم لساعات طويلة، وعمل علاقات غير شرعية مع الجنس الأخر.

اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها في أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى التعليم.

جدول رقم (10) نتائج اختبار (one way anova) لتحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في مستوى استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها في أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى التعليم

المستوى التعليمي	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	الدلالة الإحصائية	الدلالة
دبلوم مهني فأقل	74	1.14	.113	418.742	000	دالة إحصائياً
بكالوريوس	84	2.13	.572			
دراسات عليا	42	3.30	.205			
المجموع	**200**	2.01	.888			

من خلال استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (one way anova) يتضح من النتائج الموضحة في الجدول السابق أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها فيهم ومستواهم التعليمي حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية 000 وهي أقل من 0.05.

حيث جاءت في المرتبة الأولى من حيث المتوسط الحسابي فئة (بكالوريوس) بمتوسط حسابي (2.13%) وانحراف معياري (572.%). في حين جاء في المرتبة الثالثة من حيث المتوسط الحسابي فئة (دبلوم مهني فأقل) بمتوسط حسابي (1.14%) وانحراف معياري (13.%). كما جاءت في المرتبة الرابعة من حيث المتوسط الحسابي فئة (دراسات عليا) بمتوسط حسابي (3.30%) وانحراف معياري (205.%).

ويرى الباحث أن وجود فروق تعزي لمتغير المستوى التعليمي، يرجع إلى أن الشباب الفلسطيني مجملهم متقاربون في المستوى التعليمي.

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها في أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير الوظيفة أو المهنة.

جدول رقم (11) نتائج اختبار (one way anova) لتحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في مستوى استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها في أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير الوظيفة أو المهنة

الوظيفة أو المهنة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	الدلالة الإحصائية	الدلالة
طالب جامعي	79	1.15	.126	1032.611	000	دالة إحصائياً
موظف حكومي	26	1.57	.261			
موظف وكالة	11	2.00	.000			
قطاع خاص	21	2.28	.224			
تجارة وأعمال حرة	17	2.89	.124			
حرف يدوية	17	3.03	.078			
لا أعمل	29	3.41	.123			
المجموع	**200**	**2.01**	**.888**			

من خلال استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (one way anova) يتضح من النتائج الموضحة في الجدول السابق أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها فيهم ووظيفتهم حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية 000 وهي أقل من 0.05.

ويرى الباحث أن تفسير هذه النتائج يكمن في اهتمام الشباب الفلسطيني بالهواتف الذكية وتطورها، وكذلك سهولة تطبيقاته فهو لا يحتاج إلى مهارات كبيرة، وكذلك التقارب الفكري والمعرفي بين الشباب الفلسطيني على اختلاف طبيعة عملهم.

مناقشة أهم النتائج:

1- يستخدم الشباب الفلسطيني تطبيقات الهاتف الذكي لاسيما شبكات التواصل الاجتماعي لساعات طويلة يومياً والسبب في ذلك أنها وسيلة يستطيع الشباب الفلسطيني التعبير عن ذاته من خلالها والتواصل من الأخرين.

2- حصل تطبيق Facebook على الترتيب الأول بين التطبيقات في الاستخدامات والتصفح، نتيجة لما يتمتع به من مميزات وقدرات وأدوات اتصالية وشعبية واسعة ويوفر مجموعة كبيرة من المميزات كالبث المباشر

والقصص ويجمع بين سمات تطبيقات كثيرة كما أنه يلاحق التطورات التكنولوجية ويقدم دائما مزايا وتصميمات متنوعة.

3- أن ما نسبته 56% من الشباب الفلسطيني عينة الدراسة يستخدم تطبيقات الهاتف الذكي في التواصل مع الأهل الأصدقاء والزملاء وهي نسبة تشير ميزة الاتصال الشخصي في الحرية والتعبير عن الذات وقدرة هذه التطبيقات وسرعتها في التواصل في الصوت والصورة ونقل البيانات.

4- الدافع الأول من استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي تصفح تطبيقات التواصل الاجتماعي بنسبة وصلت 48%، وهي نتيجة مهمة تعكس استمرارية التصفح لهذه التطبيقات التي تتميز بالسرعة بنقل القصص والأخبار والمناسبات وغيرها.

5- يستخدم الشباب الفلسطيني تطبيقات الهاتف الذكي لحاجات تتعلق بالأخبار ومتابعة ما يجري من حولة ومراقبة البيئة؛ وهي نتيجة كما أسلفنا تتفق مع واقعه وصراعة مع الاحتلال الإسرائيلي، كما تعكس وعي الشباب الفلسطيني وتمسكه بأرضه رغم واقعه المتأزم.

6- يتأثر الشباب الفلسطيني عينة الدراسة بشكل إيجابي لاستخدامه لتطبيقات الهاتف الذكي ويحقق مجموعة من الفوائد أهمها: التعرف على المجتمع بشكل أوسع، ومعرفة كل ما هو جديد، والتسلية والترفيه، والاطلا ع والمتابعة على كافة الأخبار، تنمية القدرات ثقافية وعلمية، ومتابعة المواضيع العلمية والتحليلية والسياسية، والاتصال والتواصل مع الأخرين، والاستماع للموسيقى، وتطوير الذات، والتعرف على تطبيقات جديدة.

7- يتأثر الشباب الفلسطيني بشكل سلبي من استخدامه لهذه التطبيقات بنسبة أقل مما يعكس مضار هذه التطبيقات على الشباب الفلسطيني، وجاءت أهم سلبيات تطبيقات الهاتف الذكي إدمان الهاتف الذكي ينتج عن هذه التأثيرات آلم في الرقبة والعزلة عن المجتمع والأسرة والأصدقاء، وتغيير أنماط الحياة وقلة ساعات النوم وزيادة السهر أو التأخر في النوم لساعات طويلة، وعمل علاقات غير شرعية مع الجنس الأخر.

8- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها فيهم ومستواهم التعليمي حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية 000 وهي أقل من 0.05. ويرجع وجود فروق تعزي لمتغير المستوى التعليمي إلى أن الشباب الفلسطيني مجملهم متقاربون في المستوى التعليمي.

9- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها فيهم ووظيفتهم حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية 000 وهي أقل من 0.05. أن تفسير هذه النتائج

يكمن في اهتمام الشباب الفلسطيني بالهواتف الذكية وتطورها، وكذلك سهولة تطبيقاته فهو لا يحتاج إلى مهارات كبيرة، وكذلك التقارب الفكري والمعرفي بين الشباب الفلسطيني على اختلاف طبيعة عملهم.

التوصيات والمقترحات:

1- توصي الدراسة بالحد من ساعات استخدامات الشباب للهاتف المحمول وتطبيقاته خاصة غير المفيدة والاهتمام بالتطبيقات التي تعزز وعي الشباب كالتطبيقات الثقافية والتعليمية والخدماتية وغيرها.

2- أن تكون هناك جهات مختصة حكومية وغير حكومية وإعلامية يكون دورها مشاركة الشباب ودمجه بشكل حقيقي وفعال في المجتمع وتقوم بتوجيه الشباب خاصة في مرحلة الجامعة بآثار تطبيقات التواصل الاجتماعي والحد من استخداماتها.

3- زيادة التطبيقات الخاصة بنقل الانتهاكات الإسرائيلية كإنشاء تطبيق خاص بقضايا القدس والمقدسات، وتطبيق خاص بالرواية الفلسطينية لتبقى في ذاكرة الشباب وتحكي قضيتهم للعالم.

4- وتقترح الدراسة بإجراء مزيد من الدراسات حول آثار تطبيقات الهاتف الذكي الشباب في المجالات التعليمية وتأثيراتها على نمط حياته ودوره في المجتمع.

المصادر والمرجع

01-عمرو أبو جبر وإبراهيم المصري. العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب. دراسة منشورة. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات. الجزء الأول (فلسطين: جامعة القدس المفتوحة، 2017).

02-مسفرة دخيل الله الخشعمي. أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري: الهاتف الجوال وشبكة الإنترنت. رسالة ماجستير غير منشورة. (السويدية: جامعة الملك سعود، قسم الدراسات الاجتماعية، 2015).

03-فاطمة محمد الأحمري. أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري: الهاتف الجوال وشبكة الإنترنت. **رسالة ماجستير غير منشورة**. (السعودية: جامعة الملك سعود: قسم الدراسات الاجتماعية، 2015).

04-أحمد يونس حمودة. دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية. رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2013).

05-عاطف عدلي العبد. نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية. (القاهرة: دار الفكر العربي، 2008). ص299.

06-حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط4. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003).

07-حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة. مرجع سبق ذكره.

08-. عمرو أبو جبر وإبراهيم المصري. العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب. دراسة منشورة. مرجع سبق ذكره.

09-منتدى شارك شبابي. التقرير السنوي للمنتدى 2019. (فلسطين: منتدى شارك الشبابي، 2019).

10عمرو أبو جبر. معالجة القنوات التليفزيونية لقضايا الشباب ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها. رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2015).

11-محسن محمد بن كليب وفوزي بلحجاج. أثر استخدام الواتس آب في إدارة وقت طلاب الجامعات اليمنية: دراسة ميدانية على طلاب حضرموت. دراسة منشورة ع الأول المجلد الأول ديسمبر 2018. (اليمن: مجلة جامعة الريان، 2018).

12-محمود محمد حسين أحمد. أثر استخدام محفزات الألعاب على تنمية الوعي البيئي لدى طلاب الجامعات. دراسة منشورة. في مجلة جامعة جنوب الوادي. (مصر: جامعة جنوب الوادي، مجلة جامعة جنوب الوادي للبحوث، 2019).

13-الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. الشباب الفلسطيني يستعرض أوضاع الشباب الفلسطيني بمناسبة اليوم العالمي للشباب الثامن من ديسمبر 2019. متاح على شبكة الإنترنت على الرابط التالي:

14-الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. تقرير المرأة والرجل في فلسطين قضايا وإحصائيات. (فلسطين: الجهاز المركزي الفلسطيني، 2019).

15-منتدى شارك الشبابي، تقرير مرحلي: رياح التغيير هل ستدرك جدران القهر. (فلسطين: منتدى شارك الشبابي، 2018).

16-شيماء ذو الفقار زغيب. مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009).

17-مرفت الطرابيشي. بحوث قياس الرأي العام المناهج والأدوات ط2. (القاهرة: د.ن، 2017).

18-عبد العزيز السيد عبد العزيز. مناهج البحث العلمي. ط2. (القاهرة: دار النهضة العربية، 2017).

19-علي ليلة. الشباب والمجتمع: أبعاد الاتصال والانفصال. (الاسكندرية: المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، 2014).

http://www.pcbs.gov.ps/postar.aspx?lang=ar&ItemID=3529

المراجع باللغة الأجنبية:

- Harwood. J. “Age Identications. Social identity. Gratifications and television viewing” Journal of Broadcasting and Electronic media. Vol. 43. No.1.1999.
- Satnly. J. Baran& Dennis. K. Mass Communication theory Foundation Ferment and future. (Australia. Belmont. CCA: wadsWorth. 2010)
- Marina Vastly. Use of Social Networks Sites by Young Adults in Russia : unpubished Master’s Thesis, Uni- versity of Tampere “School of Social Sciences and Humanities” May2018
- Agee. K.& others. Introduction to Mass Media. (USA: HarperCollins Collage publishers. 1994).
- Denis. Q & Steven. W. Communication Models for the study of Mass Communication. (London: Longman. 2005).

ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك": رؤية نقدية

Culture of the use and consumption of Algerian youth for the « Tik Tok” application: A critical vision-

أ/محمد زكرياء خراب[1] *

الملخص:

تروم هذه الدراسة على رؤية نقدية لثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لما يعرف بـ: "تيك توك" كأشهر تطبيق تقني في مجال الاتصال عبر الهاتف الذكي في الوقت الراهن، فما نلاحظه عموما في فيديوهات هذا التطبيق من أنماط سلوك وتعبير غريبة عن ثقافتنا المحلية، نجده في تقديرنا شديد الصلة نظريا وعمليا بالعولمة الباحثة عن فرض نموذجها الثقافي في العالم سيما الوطن العربي والإسلامي. الأمر الذي يفرض نمط ثقافي معين في الاستهلاك يُهدِّد مجتمع الشباب والمراهقين على الصعيد النفسي والاجتماعي والثقافي.

الكلمات المفتاحية: الثقافة، الاستهلاك، الشباب، تيك توك، الجزائر.

Résumé :

Cette étude tend vers une vision critique de la culture du jeune consommateur algérien, concernant l'application connue sous le nom «Tik Tok», étant actuellement, l'application technique la plus célèbre dans le domaine de la communication via le smart phone. Dans les vidéos de cette application ce que l'on remarque généralement, ceux sont les manières, les expressions et les comportements indécents qui envahissent notre culture locale. Selon notre évaluation de la situation ceci est lié théoriquement et pratiquement à la mondialisation, cette dernière est en permanence à la recherche d'appliquer un model culturel précis dans le monde, notamment dans le monde arabe et islamique, ce model culturel de consommation vise à détruire psychologiquement, socialement et culturellement la jeunesse (Jeunes adolescents).

Mots clés : Culture, Consommation, Jeunesse, Tik Tok, Algérie.

* - باحث دكتوراه، تخصص إذاعة وتلفزيون، جامعة الجزائر 03/kherrab.mohamedzakaria@univ-alger3.dz

مقدمة:

شهدت العقود الزمنية الأخيرة ثورة معلوماتية هائلة لم يسبق لها نظير، بفعل التطورات الحاصلة عن ظهور الأنترنت وتعميم النظام الرقمي لوسائل الاتصال الجماهيرية، فلا تكاد تنعزل أي منطقة من العالم عنه، وهو ما أحدث طفرة نوعية على مستوى الحياة الإنسانية والاجتماعية، إذ تغيرت ميكانيزمات الحياة عما كان سائدا في زمن الحداثة وما قبل الحداثة، حيث برزت جملة من المواصفات التي تعبر عن انتقال المجتمع الإنساني إلى مرحلة ما بعد الحداثة وظهور نوع جديد من الثقافة أطلق عليه "ستيفن كروك" مصطلح **ما بعد الثقافة Postcupture** (هارلمبس وهولبورن، 2010، ص83). وهناك من الباحثين على غرار "ماكدونالد" والعالم الفرنسي "إدغار موران" من يرى بانحطاط الثقافة في زمننا المعاصر كونها باتت **سلعة تخضع لقانون العرض والطلب**، بهدف تحقيق الربح دون الاهتمام بالاحتياجات الفعلية للمجتمع من أجل النهوض به معرفيا وسلوكيا، في ظل المحافظة على خصوصيته الثقافية في عصر تشهد فيه الدول النامية اختراقا ثقافيا غير مسبوق.

فبالرغم من تزايد حجم الاتصالات التي أدت إلى تقارب أجزاء المجتمع خاصة على المستوى الأسري، وكذا في توطيد الترابط الوظيفي بين المؤسسات وتفاعلها بما يخدم الصالح العام، إلا أننا نلمس عمليا في حياتنا اليومية خلال تصفحنا لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيرات مُعلَنة وأخرى خفية على الصعيد الثقافي لاستخدام وسائل الاتصال المختلفة بما فيها التطبيقات الرقمية الحديثة المتنوعة من حيث الخصائص والخدمات، ونخص بالذكر التطبيق الرقمي المرئي "**تيك توك TikTok**" الذي استقطب اهتمام وشغف الشباب خاصة المراهقين منذ سنة 2016 وأضحت مواقع التواصل الاجتماعي في نظر البعض منصة تقليدية لكبار السن تخضع لمقدار معين من الرقابة مقارنة بهذا التطبيق الجديد.

في ظل ما سبق ذكره ارتأينا في هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على استخدام الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك" وفق رؤية تحليلية نقدية لثقافة استهلاكهم لهذا التطبيق، ولذلك نطح التساؤل العام التالي:

– كيف يستخدم وتفاعل الشباب الجزائري مع خدمات "تيك توك"؟

أهداف الدراسة:

– التعرف على مفهوم ثقافة الاستهلاك وخصائصها وطبيعة استهلاك السلع الاتصالية.

– التعرف على مفهوم وخصائص تطبيق "تيك توك" وظروف نشأته، مع الإشارة إلى إحصائيات راهنة تبرهن عن فرض نفسه في السوق الجماهيرية (الشباب المراهقين).

– الوقوف على رؤية نقدية لمحتوى ثقافة استهلاك الشباب الجزائري لخدمات "تيك توك" توضح لنا جملة من الانعكاسات النفسية والاجتماعية والثقافية نتيجة استخدامه.

1. مفهوم ثقافة الاستهلاك:

إن التزاوج بين الإنتاج الجماهيري والثقافة يعد أمراً حتمياً في الزمن الراهن، فلقد أصبحت الثقافة سلعة متداولة وقابلة للتسوق ووسيلة إعلامية فعالة، وفي نفس الوقت أصبح الاستهلاك والشراء والتسوق أنشطة ثقافية بالدرجة الأولى، بل وفعالة في حد ذاتها، حتى إن البعض يُبرهِن على أن الثقافة الاستهلاكية صارت أكثر أهمية من الدور الذي نقوم به في العمل والإنتاج، فهي ليست قادرة على تحدي هويتنا ومكانتنا في العالم، وإن سلَّمنا بذلك حقيقة فإن تحولا جذريا اجتاح العالم وغيّر من طبيعة الحياة الاجتماعية في العالم المتقدم، الأمر الذي يُبقِينا متسائلين: كيف حدث ذلك؟

إن الثقافة من الرموز الخاصة بالإنسان والاستهلاك، كما تُعبِّر عن الجانب المادي الخاص به أيضا، فالثقافة والاستهلاك مصطلحان متباعدان لكن يلتقيان عند الإنسان كعامل مشترك بينهما، فهذه الازدواجية بين المفهومين نتيجة التغييرات الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية حولت السلوك الإنساني إلى سلوك يتجاوز استخدام السلعة ليتم التطبع بسلوكيات غريبة وبعيدة كل البعد عن الثقافة والهوية الشعبية (المحلية)، وهذا ما دفع علماء الاجتماع للبحث حول هذه المواضيع المتشبعة التي تمس مجالات متنوعة.

إلى جانب ما سبق نتساءل: كيف يتشكَّل السلوك الاستهلاكي؟ وكيف تظهر النزعة الاستهلاكية عند الإنسان؟ متى يتحول الاستهلاك إلى سلوك مَرَضي وإلى ظاهرة سلبية تؤثر في الحياة الإنسانية والبشر؟ متى وكيف يتحول الاستهلاك نزعة وميلا وطموحا وإدمانا؟ تحت أي شروط تصبح عملية الاستهلاك ثقافة عامة تعمل على

تهميش قيم العمل والإنتاج والادخار؟ ... كلها تساؤلات تدور حول الآثار السلبية لثقافة الشره الاستهلاكي المتزايد في الحياة اليومية في مجتمعنا! (حجازي، 2008، ص205-206).

فالفرد المستهلك يصبح مع تواصل مستمر مع مختلف السلع الاستهلاكية المعروضة، في المقابل حين يلاحظ أن باقي الأفراد يستهلكون وهو لا يستهلك سيشعر بأنه غير متشبع اقتصاديا، ثقافيا واجتماعيا، مما يدفعه لاقتناء كل السلع المعروضة خاصة منها الماركات العالمية، ومن ثم تتحول جل العلاقات إلى علاقات بين الأشياء لا بين الأفراد.

وفي هذا الصدد يقول "ماركوس" في كتابه "التحليل الآتي للاستهلاك": "إن المستهلكين يرون أنفسهم في السلع التي يستعملونها، إذ يجدون أنفسهم في السلع التي يستعملونها... في سياراتهم وفي حجم وشكل منازلهم وفي الأجهزة التي يستعملونها، فالميكانيزمات التي تربط الفرد بمجتمع قد تغيرت" (سوسطاح، ص30). أي غلبة روح الاستهلاك والجانب المادي على الحياة الاجتماعية وعلى مستوى العلاقات فيما بين الأفراد بسبب وسائل الإعلام المتطورة وما تسعى لفرضه بين الجماهير من قيم غربية أصلها النموذج الأورو-أمريكي. هذا وإن الرغبة في الاستهلاك تجعل الفرد يحقق حاجاته بحرية تامة دون قيود، مما يخلق انحطاطا في القيم وترسيخا أكثر للفردانية بين الأفراد، فقيمة الفرد تُحدَّد بمستوى حريته في انتقاء المنتجات الصناعية.

فالعالم المعاصر تسوده مظاهر جديدة كالعولمة والعملقة والتجارة الحرة والثورة الثالثة... كمصلحات ذات معان فحواها القلق، رغم ما توصل إليه البشر -وليس كلهم-من تكنولوجيا متقدمة في مجال الاتصال وثورة معرفية ومعلوماتية متداولة دون قيود، وصارت تلك المظاهر مادة خصبة للعمل الاجتماعي، فقد تأثر البشر الذين شعروا أنهم مُسَيَّرون ومُقَيّدون، وصارت الثقافة سلعة متداولة ووسيلة إعلانية متحكمة في تسويق ما يُنتج، وتحول الاستهلاك إلى ثقافة مفروضة وغازية أو مُصنَّعة من أجل الترغيب والتشويق، وتغيرت أنماط الحياة وبرزت سلوكيات تمثل بعضها في "الهرولة" المبالغ فيها نحو سلع استهلاكية دون الحاجة إليها، وارتفعت مع صناعة الثقافة وفنونها الموجهة للاستهلاك، فزادت النزعة الاستهلاكية لدى معظم الشرائح والفئات والطبقات الاجتماعية، ليس فقط في المجتمعات الغربية الصناعية المتقدمة، بل وأيضا في الدول الأقل تطورا مع فارق عظيم بينهما، هذا الفارق يتمثل في كون الدول المتقدمة تستهلك ما تنتجه وتُسوِّق له ولما لا تستهلكه، بينما الدول الأقل نموا فنجد العكس تماما إذ تستهلك ما لا تنتجه، بل وتدعو إلى تسويقه، فالصناعة الغربية المستوردة بالنسبة لهم رمز للرقي في سلم التدرج الاجتماعي، وهي بذلك تصبح مرتبطة بالوجدان وبعيدة عن العقلانية لأنها ثقافة في أساسها تفاخرية، أما في الدول المتقدمة فصناعة السلع

مُروَّج لها بثقافة محددة مائلة أكثر للعقلانية، إذ يتسوق البشر فيها وفقا لقواعد وأسس واختيارات تتوافق مع احتياجاتهم الفعلية وقدراتهم المالية/ الشرائية (حجازي، 2008، ص206-207).

حتى على مستوى الحاجيات لدى الجماهير، فهي ليست بحاجيات ضرورية لا يمكن الاستغناء عنها، بل غالبيتها مجرد شكليات يتنافس الأفراد على اقتنائها، لتظهر فكرة "الفاشينيستا Fashioniesta" بين أفراد المجتمع العربي بشكل عام، والتي تعني شراء العديد من المقتنيات كساعات رجالية أو نسائية وعطور وحقائب... وغيرها من المقتنيات ليتم عرضها على الشبكة العنكبوتية، وهو ما نراه قد استفحل عبر منابر التواصل الاجتماعي، بهدف التباهي وإبهار الناس بما كسبوه من مليارات تكفي لحل مشاكل دولية أو القيام بمشاريع تنموية تخص الشباب... فظاهرة الفاشينيستا أحد مظاهر انتشار ثقافة الترف المادي والتماهي والتجويف الداخلي، والتي تجعلهم يتَّبِعون ماديات لا أساس لها من إصلاح ثقافة المجتمع أو هويته.

فالسلوك الاستهلاكي لم يعد فرديا بحتا يخص شخصا مستقبِلا، بل اجتمعت هناك قوى وعوامل متعددة تسهم في تشكيله وتمارس عليه ضغوطا متنوعة، تبدأ بالترغيب وتنتهي بالإجبار. لقد ضلت ظاهرة الاستهلاك ولفترة طويلة من الزمن أسيرة للدرس الاقتصادي الأكاديمي من ناحية وللاهتمام العملي الواقعي من قبل رجال الأعمال وأصحاب المشروعات التجارية من ناحية أخرى، وكانت الفكرة السائدة لدى المهتمين بهذه الظاهرة أن السلعة الجيدة تفرض نفسها على المستهلك وتُسوِّق نفسها بنفسها، كفكرة مناسبة جدا في ظروف كان الطلب فيها أكثر من العرض بالنسبة لعدة سلع، وكان المستهلك يقتني كل ما يُنتَج تقريبا، ولم تكن فكرة السؤال عن بضائع بعينها يرغبون فيها تحديدا لأنهم يطمحون لشرائها واردة آنذاك. لكن بعد الحرب العالمية الثانية تغيرت الأمور بفعل ثورة المعلومات والاتصالات حين اكتشف أصحاب المشاريع في الدول الصناعية امتلاكهم ليس فقط لطاقات إنتاجية تفوق ما يمكن أن يستوعبه السوق، بل أنهم يملكون القدرة على الترغيب والتأثير بذلك على سلوك المستهلك من خلال وسائل متنوعة تعمل في سياق "صناعة المستهلك". وهنا تغيرت فلسفة التأثير وفلسفة التسويق وبرزت آليات جديدة أكثر تأثيرا في المستهلكين، فقد تفوقت إيديولوجية تؤمن بانفراج إعلامي وبانفتاح إعلاني على إيديولوجية تقليدية كانت تؤمن بتقييد الإعلام وتحديد وسائل التأثير في المستهلك من صورة غير مباشرة، عبر برامج وأفلام ومسلسلات وغيرها من الأشكال التي تجعل المتلقي يُقارِن نفسه بغيره من الدول الأخرى.

وهنا أصبحت المشاريع التجارية الباحثة عن اكتساح السوق العربية ونشر ثقافة الاستهلاك على أوسع نطاق، يعتمدون على الإعلان لإبهار الجماهير بمختلف المنتجات الإعلامية ويربطونها مع الأحزمة الثقافية كالمسلسلات

وأغاني الفيديو كليب والحصص الرياضية... من باب تقليد نجوم الشاشة من ممثلين ولاعبين رياضيين... القائمة في الوقت عينه بربط المنتَج بالممثل أو حتى إعطائه تسمية الممثل كي تتم عملية العرض والطلب بشكل ناجح، وهنا يطفو للسطح أحد أبرز التحديات الكبرى التي تواجه الثقافة العربية ومقومات الهوية الوطنية هذا التحدي يكمن في نشوب صراع بين التقليد والتجديد الدائم وفق هذه السلع بحاجة الحداثة/ الأصالة/ المعاصرة.

ومن هنا نخلص إلى أن ثقافة الاستهلاك التي تتم تصنيعها والترويج لها بذكاء، هي ثقافة قائمة على قاعدة مفادها أن الناس قادرون على الاستهلاك، ومنه فإن ثقافة الاستهلاك تعني مجموعة من الرموز والأفكار والقيم الكفيلة بتبرير النزعة الاستهلاكية والبحث عن السلع المتداولة في السوق. إن ثقافة الاستهلاك وفق هذا المعنى تشير إلى أنها: "**مركب ثقافي يستخدم أساليب عملية متنوعة وعقلانية في الإنتاج وتعميمه، فهي نظام ثقافي يهدف لتغيير الواقع الثقافي لتسهيل قبول مخرجات السوق ومنتجاتها، اعتمادا على وسائل عدة أهمها تكنولوجيا المعلومات ووسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصالات**" (حجازي، 2008، ص209-210).

إضافة إلى ذلك فإن القصد **الإجرائي** من مفهوم الاستهلاك في هذه الدراسة لا ينحصر فقط في إنشاء حساب بتطبيق "تيك توك" من أجل المشاهدة أو متابعة ما يصنعه المستخدمون، بقدر ما ينحصر في معنى "**الاستخدام الذي يضم الصنع أو الإنتاج إلى جانب المتابعة عبر المشاهدة والتعليق والإعجاب في الوقت عينه**".

- خصائص الثقافة الاستهلاكية:

يتميز هذا النوع من الثقافة بجملة من الخصائص، والتي أوضحها وحصرها الدكتور "أحمد مجدي حجازي" في ثمانية خصائص أساسية، نذكرها كالآتي:

- أنها من صُنْع قوى السوق، وتمتلك وسائل التأثير وتستعمل أساليب علمية وفنية لترويجها.
- تخلق جوانب المتعة في الشراء.
- مُوجَّهة نحو استهلاك المعاني والصور والخبرات، وتخلق فنونا مُواكِبة لها كالموسيقى والغناء والإعلانات والتصوير...، وبذلك فهي تتجاوز معنى التسويق في بعده الاقتصادي القديم.
- تخدم الحضارة الرأسمالية وقوى السوق المُعولَم الذي يتحكم فيه من يملك قوى التأثير الثقافي.

- تخلق تطلعات ونزعة استهلاك وتوفر عبر طرائق مختلفة عملية إشباع للمستهلك لتحقيق دعم الثقافة التي تعمل على الترويج لها.

- تعمل على تقديم نوع من التميُّز والتفوق للمستهلك، بما يجعله يشعر بحاجته إلى اقتناء السلع، ومن ثم تزيد تطلعاته الاستهلاكية بصرف النظر عن حاجاته الفعلية في تلك السلع والهرولة لإيجادها.

- تعمل على تجميد المستهلك داخل دائرة الاستهلاك (فلا يكاد ينفك عنها).

- تملك وسائل ضغط وقهر خفي تجعل المستهلك يرغب في الاستهلاك كتميُّز اجتماعي وحراك نحو مكانة عليا (حجازي، 2008، ص211).

- استهلاك السلع الاتصالية:

إن المنتجات والسلع الاتصالية مثلها مثل السلع الأخرى بحسب المؤيدين السياسيين لفلسفة السوق الحرة إذ يطبق عليها نفس المبدأ القائم على أسلوب السوق لضمان التوزيع الملائم والإنتاج المناسب لكافة المنتجات التي يريدها الناس، وعليه فإن المستهلِك لديه كامل الحرية في اختيار المنتوج الذي يناسبه من بين مجمعة بدائل متاحة فهم يعتقدون مبدأ "سيادة المستهلِك" (جابر، 2006، ص362).

فمجتمع المستهلكين قائم على التزييف الواقعي بتقديم سلع في قالب خدماتي ترفيهي... الذي يرسم صورة المجتمع المثالي الغربي بأصوله، الأمريكي بنموذجه، فيخلقون حاجة الأفراد لمنتجات اتصالية معينة ثم يُنتجونها لكي تكتسح السوق عموما ولتؤثر على ثقافة المجتمع وحتى تكوينه الهوياتي.

فقد كان "أدورنو" من بين أشد المنتقدين والمتشائمين من حيث المصير المأساوي الذي أصاب الثقافة نتيجة انتشار النمط الاقتصادي الاستهلاكي وتسيُّدِه، إذ اصبحت السلع الثقافية منتجات موجودة للتداول كأي سلعة أخرى، وقد عبر عن ذلك بدقة شديدة لما قال: "إن الثقافة لم تعد سلعا أيضا، بل سلعا تماما" (تومي، 2017، ص143).

على الجانب المناقض لما سبق، تعد سيادة المستهلك مستحيلة الوقوع فعليا، إذ أُخذت بمعناها المطلق، فلا يمكن لأي أحد الوصول إلى كافة الأغراض والسلع الثقافية كلما أرادها دون قيد، وبالتالي فإن مَهَمة الاقتصاد السياسي أن ينهض ويفحص الحواجز والعوائق التي تحُد من هذه الحرية، التي تقسم بين العوائق المادية والمعنوية.

هذا وإن السلع الاتصالية ليست كلها محتاجة إلى إنفاق عال، فبرامج التلفزيون مثلا يمكن مشاهدتها بمجرد امتلاك جهاز التلفزيون، إضافة إلى ذلك فإن هناك الكثير من المواد الثقافية تتوفر كباقي السلع العامة كالكتب المستعارة من المكتبات العامة، لكن هذه المسألة بالتحديد ليست بهذه بالبساطة على الدوام، إذ يمكن أن يحدث تغيير في عمليتي توفير وتوزيع السلع الاتصالية الذي بفعله تتحول من خدمات عامة إلى سلع خاصة، كتغيير جوهري في فرص الجماعات السكانية المختلفة في الوصول إليه (جابر، 2006، ص362-365). كخدمات الاشتراك عبر الدفع لمشاهدة باقات معينة من القنوات في مجال ما، نذكر على سبيل المثال باقة Bein Sport.

2- بطاقة فنية عن تطبيق تيك توك:

- أولا: نبذة على نشأته وتطوره:

بعيدا عن مواقع التواصل الاجتماعي، التي ازدحمت بالآباء والأمهات والأجداد، وحتى الشباب من الأعمار الأكبر ما قبل جيل منتصف التسعينات وأوائل الألفينيات، اتخذ "المراهقين" و"النشء" منفذًا لهم، بعيدًا عن أعين الرقيب من أفراد العائلة، ليُعبِّروا عن أنفسهم من داخل غرفهم المغلقة، أو في الشوارع المفتوحة، مُتحدين نظرات استنكار المارة بالرقص والحركات التعبيرية "المتمردة" ونشرها على الإنترنت ليشاهدها ما يقارب الـ500 مليون مشترك حول العالم على التطبيق الصيني الـ " Tik Tok"، المملوك لشركة "بايت دانس Byte Dance الصينية"، التي حققت قيمة سوقية تعد الأكبر على مستوى العالم مقارنة بمثيلاتها من الشركات الناشئة والتي تقترب من 7.5 مليار دولار، باستغلال أطفال تتراوح أعمارهم ما بين 13 إلى 18 عامًا، حددها التطبيق كفئة عمرية أكثر شيوعا لمستخدميه.

ففي أوت 2014 قرر "أليكس زو"، إطلاق تطبيق "ميوزكليMusical.ly" بعد فشل التطبيق الأول الذي طرحه مع شريكه "لويس يانج" في الأسواق، والمتعلق بعرض فيديوهات "تعليمية" قصيرة لا تتجاوز 5 دقائق لقتل الملل عند الباحثين عن الدورات التعليمية المتخصصة على الخط "on line"، ما يتيح لهم فرصة أكبر للتعلم والاستفادة من المحتوى المرئي المعروض، لأن طول الفيديو التعليمي يصيب الأغلبية بالملل، وبالتالي الانصراف عن

المحتوى. رغم ذلك إلا أن التطبيق ومنذ اليوم الأول لطرحه كان مصيره الفشل، فكان البديل تحويل الفكرة من فيديوهات لـ "التعليم" إلى "الرقص"، وتأدية مقاطع "بلاي باك Play back"، لكونهما في مأزق حيث يدينان بـ250 ألف دولار للمستثمرين الذين تبنوا فكرتهما، ولم يتبق معهما سوى 8% منها لأن تصوير محتوى تعليمي أمر مكلف، على حد تصريح "زو" وقتها، وقد نجح الأمر، وحاز "ميوزكلي" على شهرة عالمية وانتشار واسع.

وفي سبتمبر 2016 أطلق الصيني تسانغ يمينغ، تطبيقًا جديدًا أسماه "Tik tok" يقوم على فكرة "ميوزكلي"، الذي نجح في جذب المراهقين لمدة عامين متتالين، وحسب تقرير نشره موقع "i news" البريطاني حينها فإن مستخدمي تطبيق "ميوزكلي" انتقلوا بحساباتهم عليه إلى "تيك توك" دون حاجة إلى إنشاء حساب جديد، والسبب أن "أليكس زو" صاحب "ميوزكلي" هو نفسه نائب المدير التنفيذي لتطبيق "تيك توك".

واستمر كلا التطبيقين في النجاح كلٌ على حدى إلا أن "تيك توك" كان الأكثر نجاحًا وانتشارًا خاصة في 2018، حيث أكدت إحصائيات شركة (سنسر تاوور) للبحوث في السوق، أن التطبيق تم تحميله أكثر من 45.8 مليون مرة في الربع الأول من العام الجاري، وتم تداوله في 150 دولة ومنطقة في العالم، وتصَدُّرِه قائمة الأكثر تحميلًا على المتاجر الإلكترونية، أكثر من "فيس بوك"، و"تويتر"، و"إنستجرام". كما ذكرت شركة البحوث أنه تم استخدامه في الصين في 2018 فقط من قِبل 150 مليون مستخدمًا، واتسعت دائرته ليصل إلى مناطق جديدة منها كامبوديا وإندونيسيا واليابان وماليزيا وتايلاند وفيتنام... وبالطبع الشرق الأوسط، ليُنفِّذ صاحبي "ميوزكلي"، و"تيك توك" قرارهما باختفاء الأول لصالح الثاني صبيحة يوم 02 أوت 2018، حيث استيقظ مستخدمي "ميوزكلي" ليجدوا أنفسهم –دون سابق إنذار–على منصة "تيك توك"، بسبب ضم العلامتين التجاريتين تحت اسم واحد وتطبيق واحد، ووصل عدد مستخدميه إلى 500 مليون مستخدم شهريًا.

- ثانيا: ماهيته:

في 60 ثانية فقط (أو يمكن أقل) يمكن لـ: "Muser" أو "المُلهم" على "تيك توك" أن يعبر عن نفسه في فيديو قصير يشاهده الـ: "Fans" أي المُعجبون أو الجمهور المتابع له، الذين كلما زاد عددهم باتت فرصته في الحصول على الـ: "Crown" أقرب، ليصبح حسابه "Verified" أي مُوثَّق على التطبيق، أي أنه الآن من مشاهيره، مثله مثل الفنانين المشهورين على مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت تقليدية مؤخرًا ولـ "كبار السن" (فيس بوك، وتويتر، وإنستجرام)، كالفنان الإسباني الأشهر عربيًا "لوتشيانو روسو"، الذي يستخدم تعبيرات وجهه

وجسده لتمثيل المقطع المسموع الموجود في خلفية الفيديو، نفس فكرة "تيك توك"، الذي يتيح مقاطع صوتية لمسلسلات وأفلام ومسرحيات مصرية وعربية وأجنبية، بالإضافة للأغاني والموسيقى التصويرية، ما يغطي كافة تفضيلات المستخدمين.

وبمجرد تحميل التطبيق وتسجيل الدخول باستخدام حساب جديد، أو باستغلال حسابات "فيس بوك" أو "تويتر" يمكن للمستخدم أو الـ"Muser" بلغة "تيك توك"، أن يتعلم من خلال "الإيموجي" المتواجدة للتدريب على حركات الوجه، والتعبير بها عن حالته أو حالة المقطع الجاهز المتوفر في مكتبة التطبيق، وبالتالي نشر الفيديو لجمهوره الذي يُقيِّمُه بإعجاب "Like" أو عدم الإعجاب "disLike"، ما يرفع تقييمه، أو يحبطه، في سباق "شرس" ليس له قيود أو حدود، في مجتمع من المراهقين، ليس لديهم رقيب يخبرهم أن ما يفعلونه صواب أو خطأ (طلعت. 2018. **ما هو "تيك توك" التطبيق المفضل لدى المراهقين؟** https://www.e3lam.org/2018/11/19/368752?fbclid=، 19-01-2019، 11:13).

وكمفهوم **إجرائي** لتطبيق "تيك توك" يمكن القول أنه: "**تطبيق تقني يتيح لمستخدميه إنشاء حساب لإعادة صنع نسخ قصيرة لتمثيليات سمعية بصرية مختلفة من الأغاني والمسرحيات والمواقف المشهورة التي تم تسجيلها سابقا بالصوت، بحثا عن الإعجاب عن طريق التصويت من بقية المشاهدين المستخدمين لنفس التطبيق**".

وهنا تجدر الإشارة إلى نقطة هامة ورئيسية والمتمثلة أساسا في "**إعادة الصنع أو الإنتاج**" التي تميز هذا التطبيق، والتي لها علاقة نظرية وطيدة بأحد سمات الثقافة الجماهيرية ذات النزعة الاستهلاكية التي تراكمت بفعل عدة عوامل، لعل من أهمها طبيعة عمل وسائل الاتصال الحديثة بما فيها تطبيقات التواصل الاجتماعي، وسيطرة النموذج الرأسمالي التجاري على إعادة نسخ تلك المواد الاتصالية أو الإعلامية وخضوعها لمبدأ أو قانون العرض والطلب، أي تسخير مختلف الوسائل لتعزيز الاستهلاك ومضاعفة عدد المستهلكين لضمان تحقيق أعلى نسبة ربح من استخدام تلك الوسائل من جهة، وغرس القيم والأفكار والمبادئ... التي تشكل ثقافة المبتكرين لها (أي لوسائل الاتصال) في أبعد نقطة من العالم.

وهو ما يلتقي مع فحوى مفهوم الثقافة الاستهلاكية للسلع الاتصالية كمركب ثقافي يستخدم أساليب عملية متنوعة وعقلانية في الإنتاج وتعميمه، وكنظام ثقافي يهدف إلى تغيير الواقع الثقافي لتسهيل قبول مخرجات السوق

ومنتجاتها، وفق وسائل متنوعة أهمها تكنولوجيا المعلومات ووسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصالات بما فيها التطبيقات الحديثة.

فمجتمع المستهلكين أو المستخدمين قائم –كما سبق وأشرنا–على التزييف الواقعي بتقديم سلع في قالب خدماتي ترفيهي... الذي يرسم صورة المجتمع المثالي الغربي بأصوله، الأمريكي بنموذجه، فيخلقون حاجة الأفراد لمنتجات اتصالية معينة ثم يُنتجونها لكي تكتسح السوق عموما ولتؤثر على ثقافة المجتمع وحتى تكوينه الهوياتي.

- ثالثا: موقف الدولة الجزائرية منه:

بدى موقف الدولة من خلال المُذكِّرة التي أصدرتها وزارة التربية والتعليم بتاريخ الاثنين 13 جانفي 2019 الحاملة لرقم 36 التي وقّعها الأمين العام "عبد الحكيم بلعابد"، وتم توزيعها على جميع المدارس للتحذير من استخدام الطلبة لتطبيق "تيك توك"، معتبرة إياه خطرًا خاصة على القاصرين.

وتعتقد وزارة التعليم أن حماية القاصرين والشباب تمر بعملية توعية، حيث حثت الطلبة وأولياءهم في المذكرة على الوعي بالأخطار التي يمكن أن تَنتجُ عن سوء استخدام التقنيات الرقمية بشكل عام والشبكات الاجتماعية على وجه الخصوص، إذ يمكن أن تُعرِّض حياتهم لمواقف غير أخلاقية وغير صحيحة كالابتزاز والاستغلال من قبل المجرمين... مُرفِقة هذه المذكرة بـ: "دليل الممارسات الجيدة" على استخدام الشبكات الاجتماعية، حيث يطلب قسم "نورية بن غبريت" (الوزيرة السابقة للتربية والتعليم بالجزائر) أن يتم نشر هذا الدليل على نطاق واسع في البيئة المدرسية والعائلية (TSA Société, **Le ministère de l'Éducation prévient contre « le danger » de Tik Tok**, https://www.tsa-algerie.com/le-ministere-de-leducation-previent-contre-le-danger-de-tik-tok/,20-01-2019, 14 :03).

3– انعكاسات ثقافة استهلاك الشباب الجزائري "تيك توك":

من خلال تصفح بعد الفيديوهات القصيرة التي صنعها الشباب الجزائري من خلال استهلاكه لتطبيق "تيك توك"، وموازاة لما تم تقديمه من تراث نظري عن ثقافة الاستهلاك للسلع الاتصالية، يمكننا الوقوف على جملة من الانعكاسات السلبية عند غالبيتهم الساحقة، وذلك على المستوى النفسي والاجتماعي والثقافي، والتي نلخصها فيما يلي:

❖ الانعكاسات النفسية:

–الإدمان: نلمس ذلك في عدد الفيديوهات والمشاركات والتعليقات المتزايدة باستمرار على التطبيق من الشباب الجزائري سواء ذكور أو إناث، والدالة على حجم الاستغراق والشغف في صنع الفيديوهات ومشاهدتها، فبحسب الاحصائيات السالفة الذكر فإن تهافت الشباب المراهقين على التطبيق فاق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي كانت في وقت ليس ببعيد المنبر الأول للتواصل والتعبير لدى المستخدمين، ولعل السبب الرئيسي في ذلك هو رحلة البحث المتواصلة لديهم للشهرة التي حققها غيرهم والوصول لما لا إلى العالمية، فتطبيق تيك توك طريق مختصر لها، وهو ما حدث فعلا لدى عينة المستخدمين الهواة الذين أصبحوا من المشاهير في العالم. رغم أن هذه الشهرة ما هي في الحقيقة وفي غالب الحالات إلا تضخيم لشيء لا قيمة له، بل لكلام أو سلوك جريء يسيء لثقافتنا المحلية بشكل عام.

–الاغتراب: بمعنى شعور الشباب الجزائري بالانتماء الثقافي للنموذج الجديد في السلوك والاستخدام وحتى السلع التي يتم الترويج لها في التطبيق، فغالبية المستخدمين من الشباب الجزائري يقلدون الأسلوب الأمريكي والأوروبي في التعبير، بطريقة لا تمت بأي صلة للثقافة المحلية أو الشعبية، وذلك فيما يظهر من تقليد في طريقة اللبس والحلاقة والرقص. إلى جانب ذلك فإن تطبيق تيك توك يتيح الانتقال خلال المشاهدة أو تصفح الفيديوهات بين ربوع العالم، ما قد يعزز قبول الشباب لنموذج الغرب في الحياة كنموذج راقي ومتطور بعكس الثقافة المحلية التي أصبحت ذات قيم متلكئة تحول دون الازدهار، وبالتالي يشكل هذا التطبيق تهديدا فعليا للخصوصية الثقافية للشباب الجزائري.

–الفردانية: فمن خلال ملاحظة استخدام الشباب الجزائري لتطبيق تيك توك نلمس استقلالهم في اتخاذ القرار في تحديد نمط الحياة، فالشكل الذي يظهر به فالفيديوهات توحي بغياب المبادئ الأسرية أو أي سلطة ثقافية تملي عليهم الحدود الفكرية والسلوكية والتعبيرية. فغياب تأثير الأسرة كنواة أولية للتربية والتعليم واضح جدا. وهو ما يلقي بظلاله سلبيا على واقع الحياة الاجتماعية لديهم.

❖ الانعكاسات الاجتماعية:

–العزلة الاجتماعية: فالشباب الجزائري يجد تطبيق تيك توك كبديل ترفيهي يلهيه عن الواقع المعيش وضغوطاته، وذلك دون قيود أو رقابة أو حدود للمشاهدة، فبمجرد نقرات بسيطة يمكن إعادة صنع فيديوهات تمثيلية مشابهة لمواقف أو أغاني مشهورة... ومتابعة ردود فعل المستخدمين عليها وتفاعلهم معها، هذه التقنية تجر الشباب تلقائيا

نحو العزلة، فبات الهاتف الذكي وتطبيقاته بديلا عن العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة أو مع الجماعات الأخرى، أو بعبارة أخرى سيطر الفضاء السيبراني على العقل والوجدان.

–ضياع القيم الأسرية والتربوية: أي أن غالبية الشباب الجزائري –كما وسبق الإشارة إليه–يظهر في التطبيق تيك توك بمظاهر غريبة جدا عن تقاليدنا وعاداتنا كجزائريين، ما يجعلنا نتساءل هل يعيش هؤلاء الشباب وحدهم... أين الوالدين !!! ليس هذا فحسب بل نجد في بعض الأحيان مشاركة الآباء والأمهات أبناءهم وبناتهم الفيديوهات على المباشر في شكل تمثيل زائف وعابر لعلاقة طيبة ووطيدة بينهم والانفتاح الثقافي على ما هو جديد من تقنيات التواصل والتعبير، دون أي شعور منهم لشكل أولادهم وما يرتدونه في تلك الفيديوهات، فمن الغريب أن نجد بنات بلباس النوم أو لباس ضيق يرقصن على أنغام أغاني "الراي العصري" وذكور بلباس ضيق وعاري وبتسريحات شعر غريبة جدا مع أمهاتهم، فبدل أن يستر على نفسه وعليها يسمح بملايين الأشخاص لمشاهدتها !!! والوالدين في رضا تام وكأن القيم والعادات المحلية تملي علينا ذلك. وفي ذات السياق نلمس أيضا اضمحلالا لهيبة مؤسسات التربية والتعليم، وهو ما يتجلى في فيديوهات الرقص والغناء داخل الأقسام !!!

❖ الانعكاسات الثقافية:

–التقليد الأعمى: فالشباب الجزائري يظهر في الفيديوهات بماركات عالمية في اللبس وبنمط معين ذي مرجعية أمريكية أوروبية فتطبيق تيك توك من الناحية التقنية يملي عليك بعض الحركات لتقوم بها كنوع من التوجيه للنجاح في إعادة التسجيل كما قام به المشاهير، ما يمكن أن نصفه كفخ استدراجي نحو التقليد وليس الإبداع، وبالتالي تنميط السلوك وفق معتقدات وأهداف المبتكرين للتطبيق. فلا ننسى أن تيك توك مخصص أساسا للرقص والغناء بالدرجة الأولى بعدما كان الهدف من التطبيق في بداية اختراعه للتعليم فالهدف الأخير تحقيقه مكلف وطويل المدى، أما الرقص والغناء والعري وسيلة فاعلة لنيل الشهرة وبالتالي جني الأرباح في وقت قياسي.

–تزييف المعايير والقيم الثقافية المحلية: فغالبية الشباب الجزائري يظهر بمظهر دخيل وغريب عن الثقافة الشعبية أو المحلية، مظهر معولم يتم الترويج له من حيث السلع كنوع اللباس... والسلوك في تقليد المشاهير حتى وإن كان نوع ذلك السلوك مشينا خالي من الحياء...

–تغييب الوعي النقدي: أي الاهتمام بالأمور السطحية أو التافهة... والبعد عما هو مفيد ومهم، إذ صار معيار التقدم والرقي بالنسبة للشباب الجزائري في المظهر وليس في الجوهر، وهو ما يبرز لنا في وتعبيراتهم المؤكدة على أن الحياة

السخية لا تكون بالمبادئ الأصيلة التي نشأ عليها أجدادنا من تعاليم الدين الإسلامي والثقافة العلمية الراقية ورفع الجهل... فذلك أصبح فلسفة قديمة لا علاقة بالزمن الراهن... بل باقتناء نوع معين من السلع كالماكياج العصري المتنوع والمتجدد باستمرار بالنسبة للإناث... واللباس الفاضح من ماركات معينة (غوتشي، إيدن بارك...) امتلاك هواتف عصرية وبأغلى الأثمان، سيارات فاخرة... وغيرها من المظاهر الزائفة.

خاتمة:

في الأخير يمكن الوقوف على بعض النقاط الرئيسية من أهمها أن تطبيق تيك توك وُضِع خصيصا لخدمة مصالح مبتكريه وتحقيق أكبر عدد من العائدات الربحية والتي لا تكون إلا بتعزيز نزعة استهلاك الخدمات الترفيهية لهذا التطبيق، في رحلة لإثبات الذات وتحقيق الشهرة كهدف سهل ولا يتطلب جهد كبير مقارنة بما يستحقه من تضحيات وصبر في الحياة الواقعية. الأمر الذي يقودنا إلى التأصيل النظري الذي يبرز لنا الوسائل التكنولوجية الحديثة كوسائل أسست لعصر ما بعد الحداثة الذي سادت به الثقافة الجماهيرية والاستهلاك المفرط لما تنتجه الصناعات الثقافية، وما ينجر عنه من تنميط للفكر والسلوك لدى الجمهور المستخدم لهذه الوسائل.

وهو ما يمكن التأكد منه من خلال تحليل نمط استهلاك أو استخدام الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك" الذي بات يشكل خطرا يهدد القيم والمبادئ الرشيدة المُوجِّهة للمستهلك نحو ثقافة استهلاكية أكثر عقلانية قائمة على وعي نقدي يحكم العقل بدل العاطفة. خصوصا وأن الشباب الجزائري لا يملك عمليا المقومات الكافية لكسب هذا الوعي في الاستهلاك نتيجة لتقهقر دور أهم عمودين للتنشئة الاجتماعية وهما الأسرة ومؤسسات التربية والتعليم، تضاف إليهما وسائل الاتصال الجماهيرية، إذ تعمد بعض القنوات إلى استغلال هوس الشباب بالتطبيق لحصد نسب المشاهدة، وذلك من خلال استضافة بعض المستخدمين الذين حصدوا أعلى نسب مشاهدة وإعجاب، دون تمحيص لطبيعة العمل والبحث عن قيمته الفنية. لذا يُستوجب –حسب تقديرنا–إعادة النظر في أدوار مؤسسات المجتمع المحيطة بالشباب لإحاطتهم بالأسس العلمية والثقافية الرصينة كحصن منيع ضد الشوائب المُسرَّبة عبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة، واستعمال الأخيرة استعمالا رشيدا يعود بالفائدة عليهم وعلى ذويهم ومَن حولَهم.

ومن باب الموضوعية في التحليل فتجدر بنا الإشارة إلى أن هناك نسبة قليلة جدا من الشباب تميل كل الميل للثقافة الشعبية المحلية، حيث تستغل تطبيق تيك توك لإحياء أغاني تقليدية من التراث الجزائري العريق وبألبسة خاصة يعود أصلها إلى عشرات السنين، وبطريقة رقص ورثوها عن أجدادهم، بل هناك من يستغله لتقديم نصائح توعوية في الدين والمعاملات. فهذا الأسلوب في الاستخدام يشير على ثقافة راقية في الاستهلاك تحافظ على القيم مهما تنوعت وتعددت تقنيات التواصل المعاصرة.

قائمة المراجـــــــــع:

- **الكتب:**

1- هارلمبس. هولبورن. (2010). **سوشيولوجيا الثقافة والهوية**. ترجمة حاتم حميد محسن. دار كيوان. دمشق.

2- حجازي، أحمد مجدي. (2008). **إشكالية الثقافة والمثقف**. دار قباء الحديثة. القاهرة.

3- محمد جابر، سامية. (2006). **الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث-النظرية والتطبيق**. دار المعرفة الجامعية. الأزاريطة. مصر.

- **الرسائل الجامعية:**

4- تومي، الخنساء. (2017). **دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي-جامعة محمد خيضر بسكرة أنموذجا**. أطروحة دكتوراه. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. قسم العلوم الاجتماعية. شعبة علم الاجتماع. تخصص اتصال. جامعة محمد خيضر. بسكرة.

- **المجلات العلمية:**

5- سطوطاح، سميرة. **دور وسائل الإعلام في تشكيل القيم التربوية داخل الأسرة الجزائرية-دراسة ميدانية لتأثير الإشهار التلفزيوني على القيم**. مجلة العلوم الاجتماعية. جامعة فرحات عباس. سطيف. الجزائر.

- **المواقع الإلكترونية:**

أ/-المواقع باللغة العربية:

6- طلعت، رباب. (2018). **ما هو "تيك توك" التطبيق المفضل لدى المراهقين؟** متاح على الرابط: https://www.e3lam.org/2018/11/19/368752?fbclid=IwAR2rau6oCq8D7XpgyOvj2HJ1l46vRbwXsOrMAHRHookGA7BG7gLxaKgc3vI

ب/-المواقع باللغة الأجنبية:

7- TSA Société. **Le ministère de l’Éducation prévient contre « le danger » de Tik Tok**. https://www.tsa-algerie.com/le-ministere-de-leducation-previent-contre-le-danger-de-tik-tok/

مضامين جمهور المستخدمين وتمظهر الفضاء الثالث في الجزائر

قراءة تحليلية "هابرماسية"

The contents of the user audience and the appearance of the third space in Algeria: An alytical vision according to « Jürgen Habermas »

د/ البار الطيب *

المــلـخـص:

يعتبر الفضاء العمومي **L'espace Public** من المفاهيم الملازمة لكتابات المفكر الألماني "يورغن هابرماس" و من المفاهيم الملازمة لأفكار الحداثة و قيمها التنويرية، حيث أسئلة عديدة يُثيرها هذا المفهوم تعلّقت بطبيعة تشكُله في مختلف أشكاله عبر نماذج سيرورته، بدءً بصحافة الرأي إلى الإذاعات الجهوية و المحلية إلى التلفزيون الفضائي إلى الميديا الجديدة أين تقع ثنائية مضامين المستخدمين **Internautes** و الشبكات الاجتماعية في صلب دراسة الفضاء العام الافتراضي، على إعتبار أن الاتصال الافتراضي هو الشكل الأقرب للتفاعلية البين ذاتية الذي يفترض أن تحققه دعامة الميديا الجديدة، حيث إمكانية العبور تبدو متاحة دون حدود زمنية أو مكانية لإبداء الرأي و النقاش العام، فهل تستجيب هذه المضامين خاصة مع المجموعات الافتراضية لتحقيق بناء فضاء عمومي جزائري عبر مداولة القضايا العامة؟

الكلمات المفتاحية: مضامين، المستخدمين، الفضاء الثالث،

Summary:

The Public space is one of the concepts inherent in the writings of the German thinker Jürgen Habermas, and one of the concepts associated with the ideas of modernity and its enlightenment values. Internautes and social networks are at the heart of the study of virtual public space, considering that virtual communication is the closest form of inter-subjective interactivity that the new media pillar is supposed to achieve. While the possibility of crossing seems to be available without time or spatial limits for public opinion and debate, will these contents respond, in particular, with the virtual groups to achieve the building of an Algerian public space by deliberating public issues.?

Key words: contents/ User audience/ the third space

* - أستاذ محاضر – جامعة الشيخ العربي التبسي–تبسة–الجزائر/ **Aklam-tayeb@hotmail.fr**

الإشكالية:

تحتلّ مسألة الحداثة في الخطاب الغربي المعاصر مكاناً محورياً، وتتناول في هذا الخطاب مختلف شؤون المجتمعات الإنسانية الحديثة، ولعل أهم متغيّر في مشروع الحداثة هو عقلنة التواصل وتحديثه عن طريق فضاء عمومي يتداول فيه المواطنين على اختلاف مرجعياتهم الفكرية و المذهبية مسائل تخصّ الشأن العام وصولاً إلى ديمقراطية تشاركية قائمة على المساواة بين العموم، وعلى اعتبار أن هذا السياق الفلسفي سيْقَ إلى أوعية الخطاب العربي لبعده الكوني على حد تعبير "يورغن هابرماس"، فإن هذا الفضاء العام يستدعي مجموعة مبادئ و معايير لإدارة وتسيير هذا التداول، فالفعل التواصلي السليم يستند على مبدأ أخلاقيات الحوار ومبدأ البرهنة و تقديم الحجج الصالحة في ضوء الحرية والمواطنة الحقّة و ذلك لبلوغ المصلحة العامة و إمكانية المداولة في الحياة العامة، و لا شك أن للشبكات الاجتماعية دوراً فعالاً في تطوير أو تفتيت بنية هذا الفضاء، وإذا تم تمثيله وبلورته فإن المجتمع يختبر فيه قدراته على الحوار والجدل البنّاء والتمعّن في مشاكله و يصيغ حلولاً تجد طريقها إلى إشهارها وذلك لتشكيل رأي عام قادر على التغيير ثم المؤسسات الرسمية التي تستطيع تبنّيها و ترجمتها في نصوص قانونية، ولعل مضامين جمهور المستخدمين من أفراد المجموعات الافتراضية في الشبكات الاجتماعية هي في الأساس فضاء عمومي افتراضي يشكّل دعامة مهمّة لتأسيس نظرة جديدة للتعامل البشري مع المجتمع والسياسة،كما أن شيوع استخدام هذا الفضاء الافتراضي مردّه عدة أسباب أهمها تنامي دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة و تعدد وظائفها.

يعتبر الاتصال الافتراضي الامتداد المركزي للانترنت الذي استقرّ في الممارسة اليومية لمستخدمي هذه الشبكة، فقد توسّع نسيج الفضاء المعلوماتي و زاد من فروعه فتحوّل الويب **Web** إلى أرضية رقمية لإنشاء فضاءات اتصال و تواصل من المدونة و الدردشة إلى "الفيسبوك"...، فأصبغ على الانترنت طابعاً اجتماعياً مركباً و منتجاً لذاته، و عليه يتيح الاتصال الافتراضي عبر هذا الفضاء تكوين عدد لا متناه من مستخدمي فضاءات التخاطب الرقمية، هؤلاء يتقاسمون الميولات والقيم و المصالح أو أهداف جماعية، و في أحسن الحالات يتقاسمون مشروعاً جماعياً حقيقياً.

من خلال السياق السابق و في تعقّب الخصوصية الاتصالية الجديدة في الجزائر و الذي يعاني هو الأخر من هوية هؤلاء الفاعلين الجدد **Néo-Acteur** يلجأ مستعملو الشبكات الاجتماعية خاصة شبكة "الفيسبوك" لتحقيق ما عجزت عنه وسائل الإعلام الجماهيري و بما أتيح لهم من حرية يحاولون طرح مشاغلهم و مناقشتها على الأقل افتراضياً.

ومن خلال ما تقدّم تسعى هذه الإشكالية إلى قراءة تحليلية من منظور "هابرماسي" حول **علاقة مضامين جمهور مستخدمي الميديا الجديدة** بإمكانية بناء فضاء عمومي جزائري يتحقق من خلال معايير تشكّله، وبناءً على ما تقدّم يمكن طرح السؤال الرئيسي التالي: **إلى أي مدى تساهم مضامين جمهور مستخدمي الميديا الجديدة في تفعيل الحياة العامة وفي تشكيل فضاء عمومي جزائري؟**

ومن خلال هذا التساؤل الرئيسي سنحاول التطرّق للموضوع من خلال العناصر التالية:

1. المفاهيم الأساسية لجمهور المستخدمين ومضامين الميديا الجديدة:

أ. سياقات مضامين جمهور المستخدمين :**Les Internautes** :

بدأت تتغير معالم صناعة المضامين الإعلامية سواء من حيث طبيعة المساهمين فيها أو أشكالها أو الوسائل التي يتم الاعتماد عليها في توصيل هذه المضامين بتزايد تطبيقات تقنيات الاتصال الحديثة، في هذا السياق الجديد أخذ الجمهور المستخدم يلعب دوراً محورياً في العمل الإعلامي، إذ لم يعد متلقياً فقط بل منتجاً ومشاركاً، وعليه بدأت وسائل الإعلام تفسح المجال للجمهور المستخدم للمساهمة في صناعة محتواها الإعلامي[1].

وإذا كانت المضامين التلفزيونية مثلاً إنتاجا إعلاميا يخضع لمواصفات ممأسسة بما في ذلك تلك التي مصدرها الأفراد المغمورون كما هو الحال في برامج تلفزيون الواقع فإن المضامين المتداولة في الشبكة، التي تتشكل من المضامين المؤسساتية والإعلامية والفردية – الجمعية تتسم كذلك بطابعها العفوي والشخصي غير المؤسسي وهي لا تخضع إلى قواعد معلومة بل تتجلى في شكل ثرثرة أو تعليقات أو مقاطع فيديو قصيرة أو صور ذاتية[2]....

2. قراءة في سياقات مفهوم الفضاء العام:

صحيح أن هناك من المؤلفين من يستعمل " فضاء " ولكن هناك من يستعمل كذلك "المجال"؛ فمثلاً نجد أن الدورية المتخصصة في الدراسات الحضرية في العالم العربي **monde arabe: Maghreb/machrek** في عدد خاص بسنة **1994** عنوانه "**monde arabe villes, pouvoir et société**، تقدم لنا ترجمة إلى العربية لأهم المحاور التي تحويها، ونجد أن محور "**la ville : espace de sociabilité** " ترجم بالشكل التالي: المدينة: فضاء مجال اجتماعاتي.

ضمن نفس السياق، نجد أن كلمة "**Espace**" في اللغة الفرنسية، لا تحمل هي الأخرى المعنى الحقيقي للكلمة الألمانية التي استعملها "هابرماس" للإشارة إلى المجال العام، فعوض ترجمة **Effentlichkeit** بكلمة "**Sphère**" التي تعني الحيز، تم ترجمتها عند أغلب المؤلفين بكلمة "**Espace**" التي يقترب معناها من كلمة "**lieu**"، إن هذه

الترجمة هي التي أدت، حسب باتريك بوشرون **Patrick Boucheron** إلى تقريب مفهوم المجال العام إلى مفهوم الأماكن العامة.[3]

إن فكرة المجال العام على الرغم من مساهمة نخبة من المفكرين والفلاسفة في تأسيسها إلا أن "يورغن هابرماس" تبنّاها بالبحث وساقها على فكرة الديمقراطية التشاركية[4].

- ما معنى "العمومي" عند "هابرماس"؟ وبيّن المصطلح في أن صبغة "العمومي" هي صيرورة لتفاعلات شهدها المجتمع شملت بعدين هما الشمولية وقابلية النفاذ **accessibilité**، حيث تم تسييس النقاشات والمداولات في الفضاءات الخاصة فأدى ذلك إلى تطور حس المواطنة عندما أصبح الفرد يسائل قضايا ذات بعد شامل تجاوز فيه أفقه الذاتي الضيق، فقد كانت النقاشات مفتوحة لعموم الأفراد ومتاحة للمشاركة المتكافئة والحرة.[5]
- أيضاً الفضاء السياسي للمدينة، نجد الساحة (الأغوار)[6] هي المكان المناسب للخطابة والتشاور واتخاذ القرارات، هكذا نجد أن التحرك السياسي يعتمد عل عنصرين: البراكسيس (**la praxis**) أي مجموع الممارسات السياسية المحددة مكانيًا وما يتسم به الخطاب العمومي أي اللكسيس (**la lexis**)[7]، وهنا يدق النقاش العقلاني بشأن مشاكل اليوم وتكون مشاركة الأفراد فيها بشكل متفانٍ للصالح العام، كما يتطلب من الجمهور ذاته حماية لقواعد النقاش العلني لتشكيل رأي عام يضمن الوصول إلى جميع المواطنين.[8]

ولكن بشكل عام قد يشير المجال العام إلى أماكن فيزيقية[9]، (الأغورة، الصالونات، المقاهي، الشوارع، الساحات العامة...) و الشرط الأساسي لكي تكون هذه الأماكن مجالات عامة، هو ضرورة خضوع الأفعال التي يجري فيها لمبدأ الشفافية والعلنية.»، ومن خلال هذا السياق قام "هابرماس" بتحديد المجال العام في بعدين هما: البعد الامبريقي **Empirical dimension** (التجريبي) من خلال زعمه بأن المجال العام بمنزلة نسق مؤسسي متميز عن التفاعل الشفهي والكتابي، أما البعد المعياري **Normative dimension** فيشير إلى المجال العام كمنتدى حيث يجتمع الأفراد دون وجود قوة رسمية، ويجهّزون أنفسهم للتوافق مع السلطة العامة لتقرير شرعيتها قبل الرأي العام[10].

- و **كمقاربة إعلامية بديلة** يعرّف المجال العمومي أنه ذلك الإطار الذي تتحقق من خلاله عملية التمثيل الإعلامي للأحداث الاجتماعية والسياسية والثقافية، وهو مجال تواصلي وسائطي تشكله وسائط الإعلام التي تبرز الأفكار والآراء والأحداث الاجتماعية.[11]

3. مبدأ الإشهار "Publicité" و دوره في تشكّل الفضاء العمومي:

إن "هابرماس" في تأطيره للفضاء العام برز كيف أن الإشهار (إشهار الأفكار والآراء) كمبدأ لشرعنة الرقابة الفردية والجماعية للأفراد على السلطة، وهو ما تم بالتدرّج من خلال التمثيل الفردي أو الجماعي، للتقييم وللنقد

العقلاني ضد السلطة السياسية[12]، والشاهد أنها بدأت تظهر في الطبقة البرجوازية أشكال جديدة للتنشئة السياسية، تقوم على ممارسة الحوار واستعمال العقل (وهو الإشهار المقصود)، حيث كل فرد يضع أفكاره على المحك في المجالس والنوادي لقياس صدقها وممارسة حكمه على أفكار الآخرين، بمعني التنشئة السياسية، كآلية للتأطير ساعدت الفرد على إدراك الآخر، في الاختلاف معه أو تقاسم الأفكار فيما بينهم.[13]

إن العمومية **publicité** في الأصل، كانت تضمن العلاقة التي كان الاستعمال العمومي للعقل يربطها بالأسس التشريعية للسيطرة و المراقبة النقدية لممارستها، ومنذ ذلك الوقت فهي أي العمومية تشكّل مبدأ سيطرة تمارس من خلال التحكّم في رأي غير عام، فهذه العمومية أو الإشهار هو وسيلة للضغط متاح لكل المواطنين لمواجهة سيطرة الدولة أي ممثليها، وفي السياق نفسه يذكر "هابرماس" أن ظهور دولة الرفاهية أدت إلى انحراف آلية إشهار الآراء والتشاور الديمقراطي، ذلك أنه الرابط السياسي الذي يربط الملايين من المواطنين المجهولين، والمجهولية خاصية من خصائص الجمهور[14].

وعليه فقدَ مفهوم الإشهار "براءته الأولى" حسب تعبير يورغن "هابرماس" بفعل إستراتيجيات الهيمنة التي تمارسها قوى الدولة والمال والتي أنتجت الدعاية الأحادية والخلط بين الأخبار والترفيه والحد من إمكانات المشاركة في الاتصال العمومي وغلبة "الاتصال الاستراتيجي" للهيمنة والتحكم في المستهلكين والناخبين.[15]

- ✓ خط الإشهار طريقه ضد سياسة التعتيم وهذا ما نستطيع أن نستقرأه في مبدأ المشاركة في الحياة العامة الجزائرية جرّاء طرح القضايا ومداولتها في مضامين جمهور المستخدمين دون أي تميّز، ولذا الفاعلون في هذه المناقشة العامة يشكّلون عموم الناس معبّرين عن مختلف الآراء ويتشاركون مشروع ومصالح مشتركة.

4. مبدأ العقلانية التواصلية عند "هابرماس":

تستند عقلانية التواصل عند "هابرماس" إلى المجادلة والنقاش بين الأفراد والالتزام بحق الاختلاف والتنوع والتعددية ويجري هذا التواصل وفق مبدأ البرهنة وتقديم الحجة، فالمشاركة العقلانية في الجدل تقوم على استعمال خطاب يكون فيه وعي الفرد متحررًا من العقل الأداتي و الفرداني، كما أن فعل التواصل عند "هابرماس" هو ذلك الفعل الذي يرمي للوصول إلى الفهم، وهو فعل لا أداتي بالمعنى التالي: إن أي تفاهم يتم التوصّل إليه عن طريق التواصل له أساس عقلاني[16]، وعليه يترتب على إعطاء فعل التواصل الأولية عدة أمور أهمها، أن العقلانية بهذا المعنى ليست مثالاً نقتنصه من السماء، بل هو موجود في لغتنا ذاتها وخاصيتها تستلزم نسقاً اجتماعياً ديمقراطياً يشمل الجميع ولا يستبعد أحداً، هدفه ليست الهيمنة بل الوصول إلى التفاهم[17].

إن معايير النقاش والمحاججة العقلانية تدفع الأفراد وتمكنهم من أدوات منهجية وعقلانية لمراجعة كل ما يطرح أو يعتمد كحقيقة ثابتة، فالحقيقة محدودة في الزمن ولا تخضع للتملّك يجب أن تكون موضع اختيار لاختبار صلاحيتها ونفعيتها في سياقها الزمني وسياقات تطبيقها وتوافقها مع الثقافي والاجتماعي لمجتمع ما، والبرهنة العقلانية تتيح للفرد مراجعة حججه بامتحان واختبار موضوعيتها وصلاحيتها عندما يطرحها للنقاش في مواجهة أراء الآخرين وحججهم، ولذلك يذكر "هابرماس" أن العقلانية التواصلية تتأسس على الخطاب البرهاني الذي يحفّز على خلق اتفاق بدون ضغوط وعلى بلورة إجماع داخل بنية ديمقراطية أو بالأحرى داخل مجال عمومي ينتزع فيه الفرد من ذاتيته الضيّقة لينخرط في المجهود الجماعي المؤسس على التفاهم والتواصل العقلي[18].

✓ من خلال تتبعنا لمضامين بعض المجموعات الافتراضية وتحديداً ضمن تعليقاتها في مناقشة مسألة عامة تبين أن عموم مضامينها لم يلتزم بالخطاب العقلاني أي غياب سند النقد الحجاجي والاستدلالي لإشهار الآراء المتداولة في معظم المسائل العامة الجزائرية، خاصة ما تعلّق بالتداول على السلطة الحاكمة، كما تبيّن حسب تحليلنا أن طبيعة الاتصال فيما بين الأعضاء تقصي نوعاً ما تنوع وتعددية الآراء وكذا التعبير بالتساوي بين كل الأعضاء، كما لمسنا تآكل في ضمان و حق و شرعية الاختلاف.

5. مبدأ أخلاقيات الحوار و المناقشة:

يعتبر "هابرماس" العنف والكذب «حلقة لتواصل مشوّه» يؤدي من خلال عدم الثقة المتبادلة إلى تعطيل التواصل، وهو ما نعيشه اليوم بسبب ظواهر مثل التكذيب المستمر المشبوه والتسريبات والخطاب المزدوج والشتم و الثلب والاتهامات الخطيرة بالتآمر والتكفير، وعليه ومن بين دلالات معاني الفضاء العمومي أنه يحتاج إلى توجيه الإنسان لذاته فكراً وعملاً، وهو ما ليس ممكننا إلا بفضل معايير إيتيقية معينة سيحددها "هابرماس" فيما بعد في قواعد أخلاقيات المناقشة، دون أن ننسى حقيقة الفعل الإنساني من جهة منطلقاته وغاياته وأساليب مداولته مع الآخر بخصوص الشأن العام[19]. أما البرهنة عند "هابرماس" لا يمكن أن تحتكر من طرف ذوات بمعزل عن الأخرى فهي تتم أثناء تداول الخطاب، وتتم في إطار «سجال فعلي ومقارعة حجة بحجة ليصل المتناقشين إلى إقامة تفاهم بينهم يستند إلى صحة الادعاء وصلاحيته.».

وعلى هذا فإن عدم تكافؤ ميزان القوى بين المتناقشين والرغبات المتضادة والتضليل هي ممارسات تتعارض مع أخلاقيات النقاش فتحوّل دون تحقيق النقاش العقلاني ومع مقتضيات « الحالة المثالية للنقاش.».[20]

✓ يتضح من خلال قراءتنا لمضمون التعليقات المناقشة بين بعض المتناقشين أنها لا تتحلى بالمسؤولية في مناقشة المسائل العامة الجزائرية، كما ظهور طغيان للتعليقات الانفعالية في معظمها شتم لأطراف معيّنة، و تعاليق سطحية

بسيطة يسيطر عليها اللامبالاة في الرد على القضايا العامة، كما ظهرت نعوت بالفساد الأخلاقي، كما نلمس قلّة التعليقات ذات المحتوى الجدّي و التي تؤشر على أخلاقيات الحوار و المناقشة.

6. مؤشر اهتمام المتحاورين بالشأن العام:

إن تعدّد القضايا السياسية والاجتماعية والإعلامية...، المطروحة في خطاب المتناقشين وتداولها ومناقشتها بعدة توجهات في الفضاء العمومي الافتراضي تعتبر فعلا اتصالياً حيويا حتى يتمكن من تنظيم وتسيير شؤونه وتبليغ مشاغله ومواكبة المسارات والقرارات التي تتخذ في شأنه.

- ✓ وعليه فتعدد الموضوعات التي تديرها مضامين جمهور المستخدمين تعدّ بمؤشر اهتمام كل الأطراف المتحاورة بقضايا الشأن العام الجزائري، وخاصة منها السياسية، فلا شك أنها مجالاً يحقق فيه الأعضاء المتناقشة أدوارا متعددة لعرض الشؤون العامة في الجزائر وخاصة منها السياسية والاهتمام بها، والتعبير عن رفضها أو قبولها، وعلى الرغم من ذلك فالأمر غير قابل للتعميم وتحديدا مع جمهور المستخدمين لتأرجح اهتمامهم بين الجدية والسطحية بالشأن العام ويعود ذلك إلى غياب التقليد والتنشئة على قيم المواطنة، والمواطنة في معانيها تعني مجموع القيم الإنسانية والمعايير الحقوقية والقانونية المدنية والاجتماعية والسياسية...، التي تمكن الفرد من الانخراط في مجتمعه والتفاعل معه إيجاباً والمشاركة في إدارة شؤونه، وهو ما يجعل المواطن "الفرد" متفاعلاً مع محيطه[21]
- ✓ ومن خلال هذا السياق فإن النشاطات الاتصالية الظاهرة في المضامين المتداولة للشأن العام تشمل الموضوعات السياسية والاجتماعية والثقافية والرياضية تؤكد اهتمام جمهور المستخدمين بمواضيع تهم المصلحة العامة في الجزائر، وبالتالي فإنها تمثل في مجموعها الأرضية التي تحدد عملية الانتماء إليها، وعليه فإن الشأن العام الجزائري يأخذ حيزاً مهما من اهتمامات جمهور المستخدمين وهو ما يؤشر لإمكانية هيكلة رمزية لفضاء عمومي جزائري.

7. مبدأ الحرية مؤشر للتفاعل الاتصالي:

إن مبدأ الحرية في النقاشات العامة الظاهر في محتوى تعليقات ومضامين جمهور المستخدمين أعضاء مجموعة تتحقق فيها حرية استقاء المعلومات وحرية التعبير، كما تلبي الحاجة إلى التواصل وتبليغ الخبر والرأي لكل الأطراف المتحاورة، وبإمكان الاتصال كنشاط اجتماعي أن يوجد خارج الفضاء العمومي، بينما لا يمكن للفضاء العمومي أن يوجد خارج الاتصال[22].وعليه فمنع الاتصال يؤدي بالضرورة إلى إعاقة مبدأ الحرية ومن ثم إعاقة أداء الفضاء العمومي، إذ لا يمكن تناول كينونته خارج دائرة الحرية باعتبارها إحدى مستلزماته الضرورية.

- ✓ نلمس من خلال بعض خطاب المتناقشين مفهوم المطالبة في التدخّل في سير الشأن العام الجزائري، وهو ما يصطلح عليه "هابرماس" بالفضاء العمومي المستقل عن الدولة والذي يسيره عموم المواطنين، أيضا لاشك أن تدخّل

الأعضاء المستخدمين في إدارة المشاغل العامة للجزائريين افتراضياً في الفضاء الثالث، هو مؤشر لحرية التعبير وبالتالي يتسنى لكل هذه الأطراف المتحاورة إشهار المضامين و التعليقات، وهي مسائل عامة تم إنتاجها بعد مطارحتها وتداولها وإعطاء مواقف و آراء إزاءها، و مع ذلك تجدر الإشارة إلى أن مبدأ الحرية في النات **Net** ليس معطى ثابت و مسلمة نهائية باعتبار أن هذا المبدأ يقتصر على حرية النفاذ فقط أما بالنسبة لحرية نشاط جمهور المستخدمين فهي تعاني من خطر تقنيات الحجب، فخلال مدة وجيزة أعلن بعض المستخدمين عدة محاولات الحجب و هذا راجع لرقابة السلطة على المضامين و التعليقات التي لا تتلاءم و توجهاتها.

8. مبدأ حق الاختلاف شرط النشاط التواصلي:

تبدو ثقافة غياب الاختلاف (في عمومه) ظاهرة مسيطرة على المشهد الإعلامي والاتصالي العربي، وهي ظاهرة تلقي بظلالها الثقيلة على مختلف جوانب الحياة في مجتمعاتنا النامية، ولعل أبرز هذه الممارسات وأكثرها التصاقاً بالمفهوم الإنساني والفلسفي للحرية هي حرية الرأي والتعبير عن الذات.

من هنا يجب التأكيد على أن حرية الرأي واحترام الاختلاف لا تتحقق إلا بتحقق حريات أُخرى منضوية تحتها: حرية التعبير: التي تسمح لكل مواطن أن يعبر بحرية عن أفكاره وبالشكل الذي يراه مناسباً لذلك، وتتضمن بالتالي حرية الكتابة والرأي في مضامين جمهور المستخدمين. حرية التجمع: التي تسمح لمجموعة ما من المستخدمين بالاجتماع لكي يتبادلوا الآراء أو لكي يدافعوا عن قضية ما[23].

- ✓ صراحةً و بكل موضوعية نلمس من تعليقات جمهور المستخدمين تآكل مؤشر أساسي في هذا المبدأ و هو القبول بالآخر المختلف وحق التعبير عن اختلافه في الرأي خاصة ما تعلق بإدارة الشأن السياسي في الجزائر، كما استقرأنا إشكال آخر يكاد لا ينطفئ في الجزائر (إشكال في حرية التعبير نفسها) وهو الصراع بين ما تم الاصطلاح عليهما بأنهما تيار وطني و تيار إسلامي في الجزائر، وقد طال هذا الصراع ركائز حرية الرأي و التعبير في الجزائر و اتخذ أشكالاً عنيفة في سنوات سابقة، وحسب تتبعنا جملة من التعليقات في جملة من مضامين جمهور المستخدمين هو كثرة التهجمات و العنف اللفظي ما أثّر في مناقشة المسائل العامة، وهنا تحوّل النقاش الذي يُفترض أن يوجّه للسلطة لتحقيق الصالح العام إلى شكل من أشكال التدمير الذاتي تقوم به مضامين جمهور المستخدمين.

9. مبدأ البرهنة في النقاش العقلاني:

الخطاب التواصلي والحجّة:

تعتبر البرهنة منطلقاً استراتيجياً في بناء النص الحجاجي وهي وإن كانت لا تخلو من الذاتية فإنها توظّف عمليات عقلية ينتقل بها الفكر من قضية إلى أخرى[24]، والحجاج فردي يقوم على الرأي وهدفه الإقناع والتأثير، بينما البرهان يعتمد على اللغة الرمزية ومجاله المنطق وهدفه التفريق بين الخطأ والصواب، وعليه يبني "هابرماس" تصوره للعقل التواصلي على مبادئ أخلاقيات النقاش. فقد جعل للنقاش معايير مرتبطة جوهرا ووظيفة بالبرهنة إلى حد يتماهى معه الفعلان (فعل النقاش وفعل البرهنة)، فالنقاش العقلاني بالنسبة إليه هو مسار من البرهنة يتم بناؤه بالحجج العقلانية والصالحة[25].

✓ من خلال السياق السابق، ولقياس تواجد الحجة من عدم وجودها في الخطاب التواصلي بين المتناقشين يكفي تفيئة هذا الخطاب على أنه:

أ. **خطاب مبني على حجج**: الموضوع هنا هو (التعليقات لكل الأطراف المتناقشة)، وهو ليس بالضرورة يخدم القضية العامة محل النقاش، وعليه اعتماد النقاش العقلاني على منطق الحجة والبرهنة لتدعيم الآراء دليل على فعل التواصل السليم، والملاحظ في نقاشات بعض مضامين جمهور المستخدمين هو قلّة إن لم أقل ضمور ظهور منطق الحجّة وهذا دليل على ضعف آليات النقاش العقلاني في أشكال التفكير لدى جمهور المستخدمين.

ب. **خطاب لا يعتمد الحجج**: ظهرت ردود أفعال كلامية في معظمها سطحية لا تعتمد أي حجة أو برهان في مضامين بعض جمهور المستخدمين، والأكيد أنها توفر مبدأ التفاعل بين المتناقشين، لكن لا توفر فعلا تواصلياً بالمفهوم الهابرماسي، وغياب اعتماد الحجج في خطاب المتناقشين يلغي نظام الفعل التواصلي الذي يستدعيه بناء الفضاء العمومي في الجزائر.

❖ **خطاب ذو طبيعة انفعالية أو انطباعية:**

عندما يسود الخطاب الانفعالي يتراجع الفكر والعقل والتخطيط والجدوى، و تتمثل في النقاشات التي تتضمن الشتائم والقذف ويطغى عليها العنف أحياناً كما تتضمن أشكال كلامية تعبر عن التضامن و القُبول (المَعَ **Avec**) أو الرفض والاستياء (الضّد **Contre**) ، وأكيد أنها تحد من العملية التواصلية وتحولها إلى معركة ثنائية جانبية يتم فيها تجاهل موضوع النقاش ليحل محله تصفية حسابات ضد بعض الأفراد الذين يشذون عن التفكير السائد لدى المتناقشين.[26]

✓ تشير قراءتنا إلى طغيان ألفاظ الشتم والسب والقذف خاصة في الشخصيات العامة وممثلي بعض الأحزاب السياسية القريبة من السلطة الحاكمة إلى درجة تحول النقاش إلى معركة كتابية حيث تأخذ منحى عنيفاً يلغي أحياناً القضية العامة المناقش عليها، وهو ما يحول دون سير العملية التواصلية وتشكّل الفضاء العام في الجزائر.

❖ **حجة تستند إلى حقائق مطلقة وأحكام قطعية:**

وهي الأحكام القطعية التي تستند فيها إلى الحقائق الثابتة كبرهان على صحة أقوالها وتمثل هذه الحقائق الفكر الجمعي يستمد منه جمهور المستخدمين قوة فعلهم وحجتهم، وتستند إلى الأعراف الاجتماعية وإلى ما نصّت عليه الشريعة.

✓ يتبين من خلال قراءتنا لتعليقات (نقاشات) بعض المضامين أن حقائق الفكر الجمعي للمواطن الجزائري تتمثل في كل الأعراف التي يتم مداولتها في المجتمع الجزائري، على الرغم من أنها متشضية ومقسمة إلى عدة أعراف، وهو الأمر الذي يستثني ويقصي الآخر الذي لا يشترك على نفس "اللغة المشتركة" على حد تعبير "ولبر شرام" وعليه اتضح بين بعض أفراد جمهور المستخدمين تزمت للحقائق والمرجعيات الفكرية بحيث نلمس استبعاد مناقشتها ومراجعتها.

قائمة المصادر والمراجع:

1) السيد بخيت، إعلام المستخدم – المفهوم والعوامل المؤثرة وواقعه في البيئة الإعلامية الالكترونية العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 02، تونس، 2011، ص39.

2) الصادق الحمامي، الميديا الجديدة – الابستمولوجيا والإشكاليات والسياقات، المنشورات الجامعية بمنوبة، تونس، 2012، ص251.

3) دريس نوري، استعمال المجال العام في المدنية الجزائرية، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع الحضري، جامعة قسنطينة، 2006-2007، ص:11.

4) Juliana Abdul wahab, television talk shows and the public sphère, Malaysian Journal of communication Jilid 27(2), University sains Malaysian, p: 30- 31 .

5) مفيدة العباسي، المجال العمومي والاتصال الافتراضي مقاربة هابرماسية لدراسة المجموعات الافتراضية التونسية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منوبة، 2010/2009، ص: 30.

6) الأغورة **AGORA** : هي الساحة الكبيرة الموجودة في المدنية اليونانية والرومانية القديمة، حيث كان يجتمع فيها الناس للنقاش والانتخاب العلني.

7) كوينتين دولافيكتوار، مفاهيم المواطنة والفضاء العمومي عند حنة آرندت وهابرماس: استمرارية السياسي من العصور القديمة إلى الحداثة، ترجمة نور الدين علوش، مجلة إضافات، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد:22، بيروت، 2013، ص:50.

8) **Sonia Livingstone**, **Peter Lunt**, **Eric Maigret**, **se faire entendre dans L'espace public**. **Les femmes**, **la télévision et le citoyen–téléspectateur**, **Réseau n 63 CENT**, **1994**, **p** : **61–62**.

9) دريس نوري، مرجع سابق، ص: 54.

10) هاني خميس أحمد عبده، الدين والثورات السياسية، مجلة رؤى إستراتيجية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، العدد 3، الإمارات العربية المتحدة، 2013، ص:38.

11) الصادق الحمامي، الميديا الجديدة والمجال العمومي.الإحياء والانبعاث، مجلة الإذاعات العربية، العدد(3)، تونس، 2011، ص:17.

12) Zineb Benrahhal Serghini et Céline Matuszak, « Lire ou relire Habermas : lectures croisées du modèle de l'espace public habermassien », Études de communication, 2009, mis en ligne le 01 avril 2011. URL : http://edc.revues.org/868

13) Habermas Jurgen , l'espace public –archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise ; Payot , Paris ; 1993. P : 324.
14) Dominique Wolton, informer n'est pas communiquer, mise en ligne, http://www.wolton.cnrs.fr/spip.php?article20 , le 01/07/2015

15) الصادق الحمامي، المجال الإعلامي العربي، إرهاصات نموذج تواصلي جديد، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد (335)، بيروت، 2007، ص: 22.

16) عصام عبد الله، رهان الحداثة وما بعد الحداثة، الدار المصرية السعودية، مصر، 2006، ص: 07.

17) إيان كريب، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس، ترجمة محمد حسين غلوم، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1999، ص: 310.

18) محمد نور الدين أفاية، الحداثة والتواصل في الفلسفة النقدية المعاصرة نموذج هابرماس، إفريقيا الشرق، ط2، الدار البيضاء-المغرب، 1998 ص:209.

19) رشيد العلوي، الفضاء العمومي من هابرماس إلى نانسي فريزر، مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، المغرب، 2012، ص: 09.

20) مفيدة العباسي، مرجع سابق ،ص: 43.

21) جمال بن دحمان، المواطنة المسؤولة، المعهد العربي للتنمية والمواطنة، لندن – بريطانيا، 2007، ص: 07.

22) مفيدة العباسي، مرجع سابق، ص: 53.

23) **http://apap.ahlamontada.com/t1961-topic** تاريخ الزيارة 15 فيفري 2015

24) موسوعة ويكيبيديا الحرة، **http://ar.wikipedia.org/wiki**/نظرية_الحجاج، تاريخ الزيارة 2015/03/25

25) مفيدة العباسي، مرجع سابق، ص:60.

26) مفيدة العباسي، مرجع سابق، ص:63.

دور تكنولوجيا الاتصال في تضمين معالم العنف لدى الأطفال–المواقع الالكترونية أنموذجا–

The Role of Communication Technology in Including Violence against Children:- Electronic Web Sites as a model -

أ/ حنان بن ضياف *

أ/ إيمان حمري *

الملخص:

إن تزايد العنف حجما ونوعا وأسلوبا، وبخاصة العنف ضد الأطفال صار يبدو بمعدلات عالية في شتى أنحاء العالم، ويأخذ في الآونة الأخيرة طابعا وبائيا ينتشر بشكل خطير في المجتمع المعاصر وفقا للتقديرات الإحصائية المسجلة. وتشكل الوسائط التكنولوجية من مواقع الكترونية (فيسبوك، تويتر، سنابشات،...) وكذا الألعاب الإلكترونية خطر يترصد جيل الشبكة (الأطفال) من خلال ما يؤديه الاستغلال السلبي لها في ظل غياب دور الأسرة من رقابة، وانعدام روح الحوار بين الأبناء والآباء وانشغالهم الدائم بتلبية المتطلبات المادية والاقتصادية لهم ضافة غياب الدور التوعوي لمؤسسات المجتمع المدني. ومؤسسات الدولة فغياب القوانين الردعية ساهم في انتشار ظاهرة العنف ضد الأطفال خصوصا في ظل تداعيات العولمة التي ألغت جميع الحدود الجغرافية والثقافية.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الاتصال، الانترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، العنف، الطفل.

Abstract

The increasing size, quality and style of violence, especially violence against children, has appeared at high rates around the world and has recently taken on an epidemic nature that is spreading dangerously in contemporary society, according to recorded statistical estimates. The technological media of websites (Facebook, Twitter, Snapchat, ...) as well as electronic games pose a threat to the network generation (children) through the negative exploitation of them in the absence of the role of the family of control, and the lack of a spirit of dialogue between children and parents and their constant preoccupation To meet the material and economic requirements of them. State institutions, the absence of deterrent laws contributed to

* - باحثة دكتوراه تخصص علم اجتماع المؤسسة– hananbendiaf@gmail.com

* - باحثة دكتوراه تخصص علم اجتماع المؤسسة–Imane.hm@yahoo.com

the spread of violence against children, especially in light of the repercussions of globalization, which abolished all geographic and cultural boundaries.

Key words: Communication Technology, Internet, Social Media, Violence, Child

مقدمة:

في ثنايا التطور التكنولوجي وتأثيراته على العلاقات الاجتماعية لا شـــك أن هذا كله أحدث طفرة في المجتمع ونتج عنها سلوكيات غير محبذة، حيث يمكن القول أن هذه الوسائل حلت محل الجلسات والحوار المتبادل بين أفراد الأسـرة وهذا ما ساهم في توسيع الفجوة والصـراع بين أفراد الأسـرة الواحدة. هذه التحولات التكنولوجية أفرزت تفاعلات على العلاقات الأسـرية من نوع آخر والتي كان من شـأنها أنها تعزز العزلة والتنافر، وتلاشـي قيم التواصـل والغوص داخل مجتمع وهمي افتراضي. ونتيجة لذلك كان هناك تأثير واضح على أبنية المجتمع وخاصة الأسرة باعتبار أنه إذا كان هناك خلل في هذا البناء ســيكون وكنتيجة حتمية تأثير البناء العام للمجتمع، خاصـــة وأن نمط العولمة فرض نفســه على الحياة المجتمعية في ضــوء التقارب الثقافي والاختلاط الفكري ما أثر على الترابط الأسـري، حيث ارتفعت نسبة الأشخاص الذين لا يقضون وقتا مع عائلاتهم بسبب الانشغال بوسائل التواصل الاجتماعي، وفي هذا الصدد يقول الباحث في علم الاجتماع " أحمد البحيري" أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت سلبا على العلاقات الأسرية، كما وأنها تؤثر وبشكل مباشر على الحالة النفسية للفر المستخدم لها كزيادة الإحساس بالوحدة، الاكتئاب، وعدم الثقة في النفس هذا من جهة، ومن جهة أخرى نجد خطورة تلك المواقع وما تؤديه من ذوبان ثقافي وما ينتج عنه كضعف لدى الفرد لتقبل المنظومة القيمية وأسس ومبادئ المجتمع هذا من جهة.

وبالمقابل نجد أن تأثيرها امتد ليشــمل الفئات الضـعيفة داخل المجتمع ألا وهم " الأطفال" باعتبار أنهم قصـر. إن العنف الذي يتم عن طريق الوسـائل التكنولوجية، وإن كان يبدو أقل حدة عن غيره من أشـكال العنف السـائد، إلا أنه أكثر خطورة في الفرد والمجتمع. وتكمن خطورة هذا الشكل من أشكال العنف في أنه ليس كغيره من أنواع العنف الأخرى ذا نتائج سـريعة تظهر في إطار العلاقات الصـراعية المباشـرة، فنتائجه غير المباشـرة تحدث في نسـق القيم، واهتزاز في نمط الشخصية لدى الأطفال، مما يؤدي في النهاية وعلى المدى البعيد إلى أشكال مشوهة من العلاقات، والسلوك، وأنماط الشخصية المريضة نفسيا وعصبيا.

ولقد أصـبح العنف الممارس عن طريق الوسـائط التكنولوجية (انترنت، فيسـبوك، يوتبوب،...) مسـألة اجتماعية مقلقة في كل من المجتمعات الغربية والعربية على الســواء. فقد أصــبح يهدد الأمن والســلم الاجتماعيين، وهذا كله

نتيجة التغيرات الاجتماعية والضغوط الحياتية التي يعاني منها الإنسان، فالأسرة أفلتت دورها في تكوين الطفل والأمر ينطبق على باقي المؤسسات المدنية (مسجد، مدرسة، وجمعيات،...) ومؤسسات الدولة بشكل عام. والسؤال الذي يطرح نفسه في هذا الإطار:

- **ما دور تكنولوجيا الاتصال في تضمين معالم العنف لدى الأطفال من خلال المواقع الالكترونية؟**

أولا–المفاهيم الخاصة بالدراسة:

1–تكنولوجيا الاتصال:

عرفها **روبن وبرنت** على أنها: " أداة أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع، تخزين، استقبال، أو عرض البيانات".(حسين عماد مكاوي:1997، ص63)

وعرفها **فضيل دليو** بأنها: " تعني تلك الموصولة بالكمبيوتر ولها آثار عدة تشمل مجالات متنوعة مثل تشخيص المعارف عموما وتنظيم المؤسسات خصوصا".(فضيل دليو: ب س، ص147)

2–شبكة الانترنت: شبكة الاتصال الأم التي تربط جميع أجهزة وشبكات الكمبيوتر في العالم كله. وكلمة انترنت إنجليزية مشتقة من "Inter National Network" وهي تجزأ إلى كلمتين"Interconnections"، وتعني الربط بين عنصرين، و"Network"وتعني الشبكة. (هاني شحادة الخوري:1997، ص105)

3–مواقع التواصل الاجتماعي: هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وتمكنهم من التواصل المرئي، الصوتي، وتبادل الصور وغيرها من الإمكانات التي توطد العلاقة الاقتصادية بينهم. (محمد منصور: 2012، ص28)

ويعرفها موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة بأنها: تصنف تلك المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (2,0) وتسمى مواقع الشبكات الاجتماعية، تقوم على المستخدمين بالدرجة الأولى وإتاحة التواصل بينهم سواء كانوا أصدقاء تعرفهم على أرض الواقع أو كانوا أصدقاء عرفتهم في العالم الافتراضي. (محمد المنصور:2012، ص27)

4-الفيسبوك: موقع ويب للتواصل الاجتماعي، ويمكن الدخول إليه مجانا تديره شركة " فيس بوك " محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، قام بتأسيسه "زوكربيرج" بالاشتراك مع " داستن موسكوفيتز وكريس هيوز" بـ (الو.م.أ) كانت العضوية مختصرة في البداية على طلبة جامعة هارفارد ثم اتسع نطاقها لتشمل كليات وثانويات المدارس وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر. (فتحي حسين عامر: 2011، ص 23)

كما ويعرف على أنه: موقع استأثر قبول وتجاوب الكثير من الناس خاصة الشباب، فهناك من استفاد منه للتواصل وتبادل الملفات والمحادثة(الدردشة) مع أصدقائه وهناك من استغله في الجانب السيء. (حنان بنت شعشوع الشهري: 1434هـ، ص 31)

5-العنف*:

وورد في **موسوعة الجريمة والعدالة** على أنه: مفهوم عام يشير إلى كل أشكال السلوك -سواء كانت واقعية أم مرتبطة بالتهديد-التي يترتب عليها تحطيم وتدمير للملكية أو إلحاق الأذى، أو الموت بفرد أو النية بفعل ذلك. (محمد سيد فهمي: 2016، ص50)

سلوك أو فعل عدواني يكون مصدره فرد أو جماعة، أو طبقة اجتماعية أو دولة بهدف استغلال أو إخضاع طرف آخر في إطار علاقة من القوة غير المتكافئة اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا، ما يتسبب في إحداث أضرارا معنوية أو مادية لفرد أو جماعة أو طبقة اجتماعية. (منير كرادشة:2009، ص32)

6-الطفل: اختلف علماء الاجتماع في تعريف الطفل على ثلاثة أوجه وهي كالتالي. (محمد سيد فهمي:2016، ص160)

الأول: الطفولة هي المرحلة الأولى من مراحل تكوين ونمو الشخصية وتبدأ من الميلاد حتى بداية طور البلوغ.

---

*من **الناحية اللغوية**: يعني الغرق بالأمر وقلة الرفق به، التعنيف يعني التوبيخ والتقريع واللوم.

أما من الناحية **السوسيولوجية**: فهو يعني استخدام الضغط أو القوة استخداما غير مشروع أو غير مطابق للقانون والذي من شأنه التأثير على إرادة فرد ما. (منير كرادشة:2009، ص31)

الثاني: أن الطفولة تتحدد حسب السن حيث يسمى الطفل طفلا من لحظة ميلاده حتى سن الثانية عشرة من عمره.

الثالث: الطفولة هي فترة الحياة من الميلاد حتى الرشد وتختلف من ثقافة إلى أخرى وقد تنتهي عند البلوغ أو عند الزواج أو يصطلح على سن محدد لها.

وهنا نجد أن علماء الاجتماع اتفقوا على بداية مرحلة الطفولة واختلفوا في متى تنتهي هذه المرحلة.

ثانيا: دور تكنولوجيا الاتصال في تضمين العنف المعنوي" النفسي " لدى الأطفال.

تعتبر الأسرة هي المؤسسة النفسية الأولى بالنسبة للطفل ففيها تتشكل شخصيته وفيها يمارس أول أنواع التفاعل الاجتماعي في إطار التنشئة الوالدية ويؤثر الوالدان على أطفالهما بما يتبنوه من أساليب معاملة وتنشئة وبما يتلقاه الطفل من معايير وقواعد سلوكية وقيم أخلاقية ودينية. فالآباء هم المسؤولون أساسا عن تزويد أبنائهم بالنمو الآمن ليصبحوا أفرادا أسوياء في المجتمع، وهذا يشمل على الإشاعات الفيزيائية الآلية من المطعم والملبس والمسكن والرعاية الصحية والحماية من الأخطار ويشمل مراقبتهم لاستخدامات المواقع الالكترونية للتواصل الاجتماعي التي أصبحت تشكل خطر على نفسية الطفل القاصر المستخدم لها. ويعتبر الامتناع عن تحقيق الميكانيزمات السابقة الذكر نوع من العنف أو الإهمال المعنوي وهو عبارة عن أربعة أنواع من التحطيم المعنوي: (محمد سيد فهمي: 2016، ص175)

-حرمان الطفل من السلوك الايجابي للآباء مثل العناق والابتسام.

-أي سلوك سلبي يحدث نتيجة خلل في العلاقة بين الطفل والأب.

-أي سلوك أبوي يؤدي إلى نقص ثقة الطفل بذاته.

-أي سلوك أبوي يؤدي إلى تقلص المهارات الاجتماعية المطلوبة للأداء الجيد في الوسط غير العقلي والمدرسة، جماعة الأقران.

إن الفشل في إمداد الطفل والمساندة الضرورية قد يؤدي بالبعض إلى البحث عن البديل قد يكون خطر يتربصهم، ففي غياب الرقابة الأسرية ودورها تحولت مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، سن بشات....)إلى فضاء يتفنن فيه الأطفال في نشر أمور كانت تشكل طابوهات في المجتمع. ففي ظل نقص التوجيه والرقابة ولغة الحوار بين الطفل والأولياء هذا شيء طبيعي لوجود عنف فرأينا وجود حالات قتل من أجل مصالح شخصية (صور

شخصية لفتيات) وهذا ما يجده الواقع فقد أصبحت المحاكم الجزائرية أصبحت تعج بقضايا من النوع الخاص أبطالها أطفال كانوا ضحايا الابتزاز على الفيسبوك.(نشرة الأخبار على قناة النهارTV،05،20:46-12-2017) ففي الغالب يرتكب الآباء بفعل الإهمال وهم غافلين عن خطورة هذا الأسلوب بحكم انشغالهم في تدبير أمور حياتهم واحتياجاتهم المعيشية بجانب نقص الوعي التربوي، والإهمال يكاد يكون هو الأسلوب الشائع عند الطبقات الدنيا بحكم نقص الوعي التربوي.(محمد سيد فهمي:2016، ص189)

يعتبر العنف المعنوي أو النفسي من أخطر أنواع العنف، فهو عنف غير محسوس ولا أثر واضح للعيان وهو شائع في جميع المجتمعات، وله آثار مدمرة على الصحة النفسية للطفل، وتكمن خطورته في أن القانون قد لا يعترف به.(منير كرادشة:2009، ص37) كما ويصعب إثباته حيث يعاني الطفل من العنف النفسي وتساهم المواقع الالكترونية والتي فرضت نفسها على المجتمع والأسرة الجزائرية أصبحت جزء من حياة الأطفال وبشكل كبير فهي تضمين هذا النمط من أنماط العنف فنجد مستخدمي مواقع الألعاب الالكترونية **–لعبة مريم والحوت الأزرق–** التي شكلت في الآونة الأخيرة

وتحت باب العنف المعنوي يندرج ما يسمى بالعنف الرمزي الذي يقتصر على الاستهتار والازدراء، واستخدام وسائل يراد بها طمس شخصية الضحية، أو إضعاف قدرتها الجسدية والعقلية ما يحدث تأثيرا سلبيا على الحياة النفسية وعلى قيامها بنشاطاتها الطبيعية. كما وتضمن هذه الوسائل الضغوط المستمرة فهناك الكثير من يتم ابتزازهم وتهديدهم بالصور والفيديوهات عند القيام بقرصنة المواقع، وغالبا نجد الابتزاز يرتكز على فئة الإناث وهذا ما يشكل لديهم حالة إحباط وإدخالهم في حالة من القلق الدائم. وبذات السياق فان التهديد والوعيد الذي يمارسه القراصنة يأخذ شكل العنف النفسي من حيث أنه يهدف إلى إخضاع الضحية وتأمين انصياعهم لرغباتهم، وهذا ما يعزز تكثيف مشاعر عدم الأمان والاستقرار. (منير كرادشة:2009، ص37)

ويمكن تفسير هذا النوع من العنف من خلال النظرية البنيوية الوظيفية للممارسات العنيفة المستخدمة ضد الأطفال، وهذا التفسير يرجع إلى العوامل البنيوية والوظيفية المحيطة بالأسرة التي تساهم ممارساتها في تضمين العنف النفسي ضد الفئات القاصرة علما بأن العوامل البنيوية المحيطة بالأسرة تنقسم إلى عوامل بنيوية داخلية وهي التي يعيشها الآباء والتي تحملهم على استعمال العنف ضد الأبناء هي عامل البطالة الذي يهدد حاضر ومستقبل بعض الأسرة داخل المجتمع. فتعقد مرارة الحياة التي يعيشها الكثير من الأسر والمشكلات الإنسانية والاجتماعية التي تتحداهم وتقص مضاجعهم. فضلا عن حالة الصراع الاجتماعي التي يعاني منها في المجتمع وكثرة وتفاقم الضغوط المتقاطعة المفروضة عليهم. أما العوامل البنيوية الخارجية المحيطة بالأسرة والتي تدفعهم إلى استعمال العنف

ضد الأطفال فهي حالة التفسخ الاجتماعي والخلقي التي تجلبها لهم المواقع الالكترونية وشبكة الانترنت، بالإضافة إلى وسائل الإعلام الجماهيرية وبخاصة الفضائيات وحالات التحلل والتفكك الاجتماعي التي تصيب الأسر نتيجة الاحتكاك والتفاعل نتيجة تداعيات العولمة، أما العوامل الوظيفية المسؤولة عن استخدام العنف ضد الأطفال فهي النتائج المتمخضة عن وجود العوامل البنيوية، فحالات البطالة والفقر والعوز والحاجة وتأثيرات والوسائط التكنولوجية والغزو الثقافي الذي يتعرض لها المجتمع ومظاهر التفسخ الاجتماعي والخلقي الذي تصيب بنية المجتمع تنتج عادة في بروز مظاهر سلبية وطفوها على السطح.(إحسان محمد الحسن:2008، ص167)

ثالثا: الوسائط التكنولوجية كفاعل (دافع) في ارتكاب الأطفال للجرائم الالكترونية.

تتسم مرحلة الطفولة، وهي المرحلة الأولى من حياة الإنسان بالضعف حسب الوصف القرآني، حين قال الله تعالى:" الله الذي خلقكم من ضعف ثم جعل بعد قوة". لذا كان الطفل في هذه المرحلة يحتاج لمن يرعاه، ويأخذ بيده حتى يشب صحيحا في بدنه وعقله مؤمنا بقيمه ودينه محبا لمجتمعه ووطنه ودينه، وتعتبر الطفل واجبا من الواجبات الدينية والاجتماعية. وتشير الدراسات النفسية والاجتماعية إلى مفهوم العنف لدى الأطفال يرتبط ارتباطا كبيرا بالقيم والاتجاهات الاجتماعية السائدة داخل البيئة التي نشأ بها، وأن هذه الظاهرة خضعت كغيرها من التغيرات، وأهم هذه التغيرات أنها خضعت لأنواع جديدة بفعل الاستخدامات السلبية للوسائط التكنولوجية. وتعد مشكلة العنف ضد الأطفال وإهمالهم مشكلة ذائعة الانتشار وفي كل المجتمعات، فالطفل وفي أي عمر أو جنس، أو دين ومن أي خلفية اقتصادية أو اجتماعية يمكن أن يصبح ضحية للإهمال والعنف. خصوصا وفي ظل تقدم وسائل الاتصال والإعلام أصبح يشكل خطرا جد كبير على هذه الفئة العمرية القاصرة، خاصة في ظل غياب الرقابة الأسرية والتوعية من طرف المؤسسات والجمعيات التي تخلت عن دورها الإرشادي التوعوي ليحل محله الخطاب السياسي الايديولوجي. (محمد السيد فهمي:2016، ص157)

ومن المخاطر التي تحوط هذه المواقع أنها تسعى إلى إيجاد نوع من العلاقات كالحب، الزواج والعلاقات غير الشرعية هذا من جهة. ومن جهة أخرى فقد اتسعت نطاق خدمات هذه المواقع لتغطي أغلب مجالات الحياة، حيث أصبحت توفر خدمة خاصة للانتحار وهذا ما شهدناه من خلال استخدام **لعبة الحوت الأزرق** ولعبة مريم التي نشرتا الذعر بين الأطفال وزعزعت استقرار الأسر الجزائرية، حيث

تم انتحار 05 أطفال من اللذين استخدموا لعبة الحوت الأزرق بعدما مارست عليهم مراحل لعبها ضغوط نفسية حتى أودت بهم إلى الانتحار في الأخير. (شريف درويش اللبان:2000، ص131)

في سياق ما تم طرحه تعتبر جرائم مواقع الاتصال الاجتماعي من الجرائم المستحدثة في العالم ويرتكب هذا النوع من الجرائم من طرف عدة فئات مختلفة منها الهواة وغالبيتهم من الأطفال. وعادة ما تتعلق بالجرائم الجنسية التي تعمل على نشر الفيديوهات الإباحية والتشهير بأشخاص معينين. فهناك مخاطر كبيرة للصور أو الفيديوهات الجنسية على الأطفال التي تعرض على شكل صور مخلة تثير الغرائز الجنسية والتي توجد على أشكال عديدة كالفيديو، الأفلام، الصور الثابتة أو صور كوميدية. وقد تم تسجيل 1500قضية بهذا الشأن بالمجتمع الجزائري خلال شهر أكتوبر 2015من القصر الذين تعرضوا للجرائم الالكترونية، لذلك أكدت الجمعية القومية لتعليم الصغار بضرورة إشراف الآباء على ما يفعله أبنائهم على هذه المواقع لضمان وصولهم إلى المواقع والمواضيع السوية، وضرورة تعلم الأبوين لمهارات هذه المواقع حتى تتسنى عليه المراقبة مع محاولة وضع الحاسب الآلي في مكان يتردد عليه كافة أعضاء الأسر. (محمد سعيد عبد المجيد: 2006، ص34)

ويمكن تفسير السلوك المنحرف الناتج عن عدم اتزان واستقامة الشخصية بالحالة العدوانية المريضة التي تنتاب الفرد وتدفعه إلى الحاق الأذى والضرر بالآخرين مهما كان نوعه. فالأطفال وفي هذه الحالة قد يدخل في شجار مع الآخرين، أو يرتكب جرائم كالاختلاس، التزوير، وغيرها ومثل هذه الأفعال المنحرفة والإجرامية تعطيه قسطا من الراحة النفسية والطمأنينة بالرغم من المشكلات الحادة التي قد يقع فيها نتيجة أفعاله الضالة والمنحرفة. (إحسان محمد الحسن: 2008، ص 199)

وأصبحت ظاهرة البغاء* والسمسرة **عن طريق المواقع الالكترونية من أبرز الجرائم الالكترونية في المجتمع المعاصر التي يرتمي في أحضانها الكثير من القصر الذين يحصلون متعتهم الغريزية والشهوانية من

---

* **البغاء**: ضرب من ضروب الدعارة يحصل فيها الرجل على المتعة الجنسية من امرأة لا يقيم معها طويلا ولا يكّن لها شعور الحب والاحترام، بل يتمتع معها جنسيا لقاء ثمن معين أو مصلحة مادية معينة. (احسان محمد الحسن: 2008، ص227)

** **السمسرة** : نوع من الوساطة أو الوكالة بين البغي والزبون الذي يطلب البغاء من أجل المتعة واللذة الغريزية والجنسية والعاطفية. (احسان محمد الحسن: 2008، ص228)

هـذه الظـواهر غـير المسـتحبة والـتي يعـدها المجتمـع نوعـا مـن الرذيلـة، الشـذوذ، الانحـراف واللاأخلاقيـة، والتنصـل عـن القـيم الدنيويـة الرفيعـة والقـيم الروحيـة الحميـدة الـتي تؤكـد عليـا الأديـان والشـرائع السـماوية. (إحسـان محمـد الحسـن: 2008، ص225)، فمواقـع التواصـل الاجتمـاعي سـاعدت وبشـكل كبـير علـى توسع وانتشـار هـذه الظـاهرة، فعـن طريقهـا يـتم التعـارف بـين هـذه الفئـات ويـتم المتـاجرة فيمـا بينـهم مـن أجـل إشباع الرغبة الجنسية الغرائزية أو أنها تكون مستندة على مصلحة مادية.

وفي الأخـير يمكـن القـول أن هنـاك الانحرافـات بسـبب الـتعلم عـبر الانترنـت، وتبـدأ دائمـا بعلاقـات غـير جيـدة، ودخـول مواقـع يتعلمـون مـن خلالهـا ممارسـات وسـلوكيات غـير مشـروعة وتصـل أحيانـا إلى حـد الجريمـة، وأصـبحنا نسـمع عـن جريمـة الانترنـت وأصـبح هنـاك مـن يحترفهـا خاصـة تزويـر المعلومـات وتشـويه الحقـائق ، بمعـنى أنـه مـن الممكـن جـدا الإسـاءة لشـخص بتركيـب الصـور ونشـر كثـير مـن المعلومـات تـؤدي إلى خـراب البيـوت وانفصـال الازواج إلى آخـره بسـبب تعـرض أطفـالهم لمثـل هـذه الأحـداث، وهـذا في منتهـى الخطـورة لأنـه يـؤدي إلى مشـكلات اجتماعيـة وسياسـية وأخلاقيـة، وهـذا لا يقلـل مـن قيمـة تكنولوجيـا الاتصـال، ولكننـا أصـبحنا في مجتمـع مفتـوح للعـالم في كـل المجـالات العلميـة والفكريـة ،وأصـبحنا مجتمعـا يعـايش كـل المجتمعـات ويتطـور ويتقـدم بشـكل كبـير جـد. (أحمـد السـيد النجـار ومحمـد عبـد الهـادي علام: 28 سبتمبر 2015)

في سـياق مـا تم طرحـه يمكـن القـول إن الجريمـة مهمـا تكـن طبيعتهـا وحجمهـا ومكـان وقوعهـا لا تحـدث في فـراغ ولا يعتمـد وقوعهـا علـى الصـدفة أو الحـظ أو الظـروف غـير المنظـورة ولا المحسـوبة وإنمـا تعتمـد على جملة عوامل موضوعية وذاتية.

رابعا: ميكانيزمات دحض العنف لدى جيل الشبكات الالكترونية (الأطفال).

يمكـن مواجهـة ظـاهرة العنـف المسـتخدم ضـد الأطفـال عـن طريـق الوسـائط التكنولوجيـة والتصـدي لهـا، وإزالـة آثارهـا، ومعوقاتهـا الهدامـة، إذ اتخـذنا الإجـراءات التاليـة وعالجنـا في الوقـت ذاتـه أسـبابها الموضـوعية

والذاتية، والتوصيات التي يمكن أن نحددها لمواجهة هذه الظاهرة السلبية الضارة هي ما يأتي: (منير كرادشة:2009، ص1536154)

- الإيمان بأن الأطفال هم أمل الحاضر وكل المستقبل، وأنهم السبيل للحاق بالتقدم العلمي والتكنولوجي من خلال إعدادهم لحمل هذه الأمانة، وتوفير الحماية والرعاية اللازمة لهم.
- إيجاد برامج تدريبية توعوية ترمي إلى الحيلولة دون حدوث العنف قبل أن يبدأ، بالمساعدة على تعلم كيفية استخدام هذه الوسائط بطريقة سليمة، وتقديم برامج تعليم كيفية تجاوز الاستخدامات السلبية، واكتساب مهارات، وطرق تعديل وتغير المفاهيم والأفكار الخاطئة التي تحرض على ممارسة العنف.
- اقتراح وتنفيذ برامج تربوية تهدف إلى تأهيل الأطفال، وإعطائهم الثقة بالنفس وتمكينهم كونهم الحلقة الأضعف داخل المجتمع، وهدف سهل لممارسة العنف ضدهم.
- العمل على تعزيز ثقافة الاستخدام الأمثل للوسائل التكنولوجية، من خلال وضع برامج توجيهية.
- إدخال مفاهيم العنف وأسبابه، وآثاره المختلفة إلى المنهاج الدراسية للاستخدام الغير عقلاني لوسائل التواصل الاجتماعي.
- إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث حول ظاهرة العنف ضد الأطفال من أجل تحديد أبعادها وأسبابها. وصولا لمعالجتها والتخفيف من حدوثها، وتأصيل وعي حقيقي حول مخاطر هذه الوسائط على الأطفال دون 18سنة.
- العمل على إصدار قوانين ضد مرتكبي الجرائم الالكترونية المستغلين لهذه الفئة العمرية الضعيفة وتدينهم بشكل واضح وقاطع.
- توفير مراكز إيواء ضحايا العنف لأنها أصبحت ضرورة ملحة.
- توعية وتدريب أفراد الشرطة، القضاة، والأطباء، والأخصائيين الاجتماعيين والنفسين، وكل من له صلة بالتعامل مع ضحايا العنف على كيفية التعامل مع ضحايا العنف، وتوفير الحماية والخدمات الفورية والمعالجة والتأهيل لهم.

– جمع الأولياء من قبل الجمعية الوطنية للأولياء من أجل توعية الآباء بضرورة الاستخدام العقلاني للوسائط التكنولوجية من طرف أبنائهم خاصة وأنهم في فترة جد حساسة.

– في ظل هذه التغيرات الاجتماعية الحاصلة والتطور التكنولوجي الذي دخل على المجتمع الجزائري بطريقة استولى على تفكير وعقول الصغار قبل الكبار لابد من وجود مجلس اللقاء بين الآباء والأبناء بمعنى إعادة النظر في تربية الأطفال خاصة وأنا أسلوب المنع خطير جدا.

– إن أهمية الإرشاد الأسري دون غيره من التوجهات الإرشادية الأخرى تقوم على حقيقة بسيطة، وهي أن الأسرة في معظم الحالات هي مصدر العنف والإساءة ضدهم فبعض الآباء مستمرون في عنفهم ضد أبنائهم وذلك بطريقة غير مباشرة. فالطفل يحتاج إلى حاجات وجدانية والانفعالية فحاجاته لا تنحصر في الغذاء والكساء، إضافة إلى ذلك لا بد من وجود تواصل لفظي بين الآباء والأبناء مما يصحح الكثير من العلاقات الخاطئة، والتفاعل غير السوي بين الوالدين بعضهما وعلاقاتهما مع بقية أفراد الأسرة، فللإرشاد السوي يصنع للطفل قيمة تسهم في تبني مفهوم ذات إيجابي واحترامه لذاته. (محمد سيد فهمي:2016، ص192)

– مسايرة التطورات التكنولوجية بطريقة بناءة من خلال إيجاد بديل محلي وطني لإنتاج الألعاب التي تنمي وتطور من معارف الطفل بدل اللجوء إلى المواقع الغربية التي تحمل خلفيات تشكل خطر على فكر القصر.

– أكبر القراصنة ينتمون لفئة القصر لأنهم يتمتعون بفكر رقمي، لذا لابد من الاستثمار فيهم.

– لا بد من وضع قانون رئاسي من أجل معاقبة الذين يخترقون مواقع الآخر.

خاتمة:

ارتبط العنف بوجود الإنسان في كل زمان ومكان، فقد استخدم الإنسان منذ القدم أساليب ووسائط متعددة للسيطرة عليه. إذ أنه لا يمكن إزالة العنف على اختلاف أشكاله من الوجود الاجتماعي إزالة كاملة. إن الحراك الاجتماعي الذي يعرفه المجتمع نتيجة ثورة المعلومات والاتصال في ظل العولمة كان له أثر على مختلف فئات المجتمع وأكثرها فئة القصر باعتبارها من أكثر الفئات الحيوية داخل المجتمع، حيث كان له تأثيرا واضحا على عقولهم، ووجدانهم، سلوكياتهم، سواء كانت بالإيجاب أو بالسلب. فبالرغم من الاعتقادات السائدة في قوة هذه المواقع وفعاليتها غير أن تأثيراتها مازالت غير مفهومة بصفة لائقة وهذا كله راجع إلى طريقة استخدامها.

إن تأثير المواقع الالكترونية على عملية التفاعل داخل المحيط الأسري بصفة خاصة والمحيط الاجتماعي بصفة عامة، ساهم في طمس الهوية الثقافية الأم وتشويهها من خلال خلق هوة ثقافية داخل المجتمع حيث ساعد ذلك على زيادة المشكلات الاجتماعية كالجرائم الالكترونية نتيجة سوء التنشئة وتفكك الروابط الأسرية والاجتماعية وفقدان معايير الضبط داخل المجتمع. ولكن هذا لا يعني إدانة هذه المواقع بشكل مطلق بل يجب عدم المبالغة في استخدامها بما قد يشكل خطر على الفرد، الأسرة والمجتمع. فمن الناحية السوسيولوجية ينبغي أن ندرك تأثير مضامين وسائل التواصل الاجتماعي لا يمكن تناوله بمعزل عن العوامل الأخرى كالفروقات الفردية وشخصية المتلقي، ودور مؤسسات التنشئة الاجتماعية فكل هذه العوامل تتناغم وظيفيا لإحداث التأثير بشكل متكامل على النسق القيمي لدى الطفل.

قائمة المراجع:

1. فضيل دليو: **وسائل الاتصال وتكنولوجياته**، منشورات جامعية الجزائر، بدون سنة.
2. حسين عماد مكاوي: **تكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 1997.
3. إحسان محمد الحسن: **علم اجتماع العنف والإرهاب**، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع عمان، 2008.
4. محمد سيد فهمي: **العنف الأسري –التحديات وآليات المعالجة–**، ط2، المكتب الجامعي الحديث، مصر،2016.
5. هاني شحادة الخوري: **تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين**، ط1، مركز الرضا، دمشق، 1997.
6. منير كرادشة: **العنف الأسري: سوسيولوجيا الرجل العنيف والمرأة المعنفة**، ط1، عالم الكتب، عمان،2009.

المذكرات والرسائل:

7. محمد المنصور: **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين**، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012.
8. حنان بنت شعشوع الشهري: **أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية**، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، 1434هـ.
9. نشرة الأخبار على قناة النهارTV،05،20:46-20-12-2017.

La naturalisation du journalisme citoyen dans l'espace arabe

طبيعة صحافة المواطن في البيئة العربية

Dr. Daoud DJEFAFLA*

Résumé :

Dans cette communication, il est question de s'interroger sur le journalisme participatif. En fait, il s'agit de comprendre ce phénomène et son essence, cerner ses diverses appellations et comprendre son fonctionnement. Pour en faire, une explication sera faite sur la naissance du journalisme citoyen, de ses caractéristiques et de ses modèles pionniers. Il est également question de s'intéresser au cyberactivisme dans l'espace arabe entant qu'une figure du journalisme citoyen.

Mots-clés : journalisme citoyen, le monde arabe, les médias, la démocratie

الملخص:

في هذه الدراسة يتعلق الأمر بدراسة نشأة وتطور صحافة المواطن في الغرب. إضافة إلى ذلك العمل على محاولات فهم آليات، ميكانيزمات واستراتيجيات إنتاج المواد الإعلامية وكيفيات استخدامها من الجمهور. الهدف من هذا المسعى هو دراسة إمكانيات وفرص ممارسة صحافة المواطن في العالم العربي من خلال طرح الشروط الموضوعية الواجب توافرها لذلك.

الكلمات المفتاحية: صحافة المواطن، العالم العربي، الإعلام، الديمقراطية

* - **Laboratoire d'études psychologique et sociales, Université de Biskra (Algérie)**

E-mail : d.djefafla@univ-biskra.dz

Introduction

Le journalisme se configure et se métamorphose et sa pratique traditionnelle et classique change et fait peau neuve. C'est le Web 2.0, dit participatif, qu'en est la cause. En fait, le développement d'Internet, la démocratisation de la connexion domestique et nomade et la disponibilité à bas-prix des outils d'informatique (caméscope, Smartphone, etc.) sont tous des facteurs qui ont poussé à l'apparition du journalisme citoyen. Une nouvelle pratique qui bouleverse les espaces publics dans les sociétés démocratiques et menace l'existence du quatrième pouvoir en Occident (Ramonet, 2011). En effet, l'arrivé du journalisme participatif a résulté deux donnes concernant les espaces publics et leurs articulations internes et externes ;

- de nouveaux acteurs dans la sphère politique émergent grâce à leur maitrise de la technologie. Ils jouent ainsi un rôle d'émetteurs autant que de récepteurs de l'information. Trois types de nouveaux acteurs sont marquants : les pirates informatiques ou *hackers* cherchent à exploiter les évolutions technologiques à des fins idéologiques ou politiques. Les « cyber-activistes » sont des activistes qui utilisent l'informatique pour diffuser des informations et des directives qui sont difficiles à faire avancer sur le terrain. Les « journalistes citoyens » participent, par leurs activités, à diffuser l'information au sein de l'espace public en réseau,
- de nouvelles formes de mobilisation politique sont apparues avec l'usage massif de la communication en réseau. Manuel Castells parle de « médias de masse individualisée »[2], Howard Rheingold de « *smart mobs* » et Marc Lynch souligne l'importance de la blogosphère[3] dans les stratégies de manifestations qui rythment la vie politique au Moyen-Orient depuis quelques années. Le point commun à toutes ces formes de protestations réside dans leur caractère décentralisé, sans chef de file identifiable, éphémère et dans l'utilisation habile des technologies numériques.

A partir de ces deux éléments, il devient pertinent d'essayer de comprendre ce phénomène du journalisme citoyen et cerner en particulier ses articulations avec les mouvements contestataires dans les pays arabes. Pour le faire, il faut tout d'abord

[2] Manuel Castells, « Émergence des « médias de masse individualisés » », *Le Monde Diplomatique,* août 2006»

[3] Marc Lynch, "Blogging the New Arab Public", *Arab Media & Society,* February, 2007

tenter de comprendre de la notion même du journalisme participatif par la mise en lumière de ses différentes définitions. Ensuite, il sera question d'illustrer celles-ci par deux exemples pionniers dans le monde ; le portail nord-coréen *OhMyNews* et le site français *AgoraVox*. Le dernier point de ce travail sera consacré à l'expérience des internautes arabes en ce qui concerne leurs contributions dans le cyberactivisme dit journalisme citoyen.

1. Le journalisme citoyen, participatif ou amateur :

Journalisme participatif, journalisme amateur ou journalisme citoyen, (*participatory journalism, grassroots journalism, citizen journalism*), toutes ces expressions ont fait florès dans les années 2000. Elles tendent à désigner un même phénomène au final : l'intervention de non-professionnels dans la production et la diffusion d'informations d'actualité. L'expression « journalisme citoyen » est généralement attribuée à Dan Gillmor, auteur du livre *We the Media. Grassroot journalism by the people, for the people* (2004). Si une telle définition peut convenir, dans l'absolu, à tous les types de supports médiatiques (presse, radio, télévision), force est de constater que l'emploi des expressions précitées a été contemporain du développement d'Internet. Plus précisément, l'idée même d'un journalisme participatif a véritablement pris son essor avec la vogue autour du Web 2.0 : les facilités de publication en ligne procurées par les blogs ou les plateformes dédiées (Rebillard, 2012). Mais l'origine de la participation des citoyens dans la production informationnelle ne date pas d'hier car il remonte à plusieurs décennies. Dans ce sens, le monde se souvient du témoignage inédit qu'a offert un simple américain à la presse et l'histoire des médias et confirme que le journalisme-citoyen existe depuis bien longtemps. Ainsi, il considère Abraham Zapruder comme « le premier journaliste-citoyen ». En fait, ce citoyen américain est celui qui avait filmé, par hasard, l'assassinat de John Kennedy à Dallas, en 1963. Ce jour-là, bien qu'il fut tailleur de profession, Zapruder fit preuve d'un étonnant savoir-faire de reporter. Il trouva le bon endroit pour capter les événements (à l'origine le passage du convoi présidentiel, au final l'assassinat de JFK) et, surtout, resta concentré sur son sujet malgré la panique ambiante et les coups de feu. Quelques minutes après les faits, Zapruder proposera ses images à un journaliste du *Dallas Morning News*. Le journalisme-citoyen n'a pas attendu le net pour exister, il s'est par contre fortement développé grâce à lui[4].

[4] *La mort de JFK dans le viseur de Zapruder*, par Olivier Costemalle, in Libération, 21 août 2007.

Au retour du journalisme participatif actuel, il est important de souligner qu'il consiste à intervenir dans les affaires publiques pour émettre une opinion, faire une critique, soumettre une revendication, ou, tout simplement, présenter un point de vue sur le cours des affaires du monde. L'expression du journalisme *participatif* renvoie à l'idée d'une insertion grandissante des individus ordinaires dans la production d'informations journalistiques, par le biais de dispositifs numériques d'édition personnelle (*blogs*) ou collaborative (*wikis*). L'information ainsi délivrée, souvent qualifiée de *citoyenne* par opposition à celle des médias traditionnels, permettrait ainsi une couverture de l'actualité plus diversifiée et démocratique (Rebillard, p. 12). Avec l'avènement du Web 2.0 et la vogue du « participatif », le journalisme citoyen est à la mode. Les anglo-saxons parlent du *« citizen journalism »*, de *« participatory journalism »*, de *« networked journalism »* ou encore d'*« open source journalism »*. Pour résumer, il s'agit, en utilisant les outils d'Internet, d'associer les internautes à la production d'information. Le journalisme citoyen marque sa différence avec les médias traditionnels, qui font descendre l'information d'un émetteur vers plusieurs destinataires (*« one to many »*). La circulation de l'information lie des rédacteurs citoyens aux profils variés à des lecteurs non moins divers (principe du *« many to many »*) et crée ainsi une richesse de contenu basée sur la remontée d'information concrète de terrain. La spécificité du journalisme participatif réside bien dans la circulation ascendante (*« bottom-up »* informationnel). Qualité et pertinence des informations recueillies sont ensuite soumises aux politiques éditoriales. Pour toutes ces raisons, le journalisme *participatif* s'inscrit de façon plus large dans un mouvement dénommé *web 2.0*. Tirant parti de l'augmentation exponentielle du nombre d'internautes et de l'équipement croissant en réseaux haut-débit, le *web 2.0* est présenté comme un ensemble de nouvelles applications dites de *social networking* censées faciliter, outre la démocratisation des médias, le partage de données, le travail collaboratif, ou encore l'intelligence collective (Tillinac, 2006).

2. Les caractéristiques du journalisme citoyen :

Ce nouveau phénomène du journalisme lié à Internet se caractérise par plusieurs spécificités propres à son statut dans l'univers communicationnel et qui se manifestent dans les points suivant :

- la création de contenus par les internautes eux-mêmes est aisée grâce aux outils numériques ; la concurrence ainsi instaurée vis-à-vis des médias de masse

permet de contourner les procédures habituelles de *gate-keeping* journalistique car «*la création collaborative, ou intercréative, fait appel à des réseaux d'intelligence collective et non plus à des organisations humaines pyramidales* » (De Rosnay, 2006, 11). Dans ce sens, les contributeurs qui participe à la production de l'information peuvent le faire selon deux modalités : soit en délivrant un contenu de type document (une vidéo, une photo, un *tweet*, c'est-à-dire un matériau brut), une contribution souvent réalisée via des sites *user generatd contents* (UGC, contenus générés par les utilisateurs) ; soit en délivrant une information, qui sera davantage élaborée et sourcée,

- les outils numériques ne seraient pas seulement des moyens appropriables personnellement, par opposition aux lourds moyens d'information aux mains des entreprises mass-médiatiques. Ces outils numériques seraient également des moyens de communication facilement appropriables, par tout et chacun, et constitueraient en cela des vecteurs d'égalité entre individus. La captation et l'édition d'informations étant désormais plus accessibles grâce aux outils techniques plus légers et facilement manipulables par le citoyen lambda (appareils photos, caméscopes, enregistreurs numériques). Mais surtout, l'immédiateté de la publication constitue un jeu d'enfants grâce aux plates-formes web de partage de contenu, que sont notamment les blogs et les réseaux sociaux. L'arrivée d'outil comme les Smartphones et les tablettes, accroissant encore le phénomène. Ce progrès technologique a induit une mutation dans le monde de l'information. Fini le temps où les médias (journaux, radios et télévisions) étaient pratiquement les seuls à communiquer verticalement les actualités vers le public. Désormais, l'information se répand également horizontalement : du public vers le public, mais aussi du public vers les médias,
- les nouvelles pratiques se sont immiscées dans les salles de rédaction des médias. Qualifié de « participatif » ou de « citoyen », ce journalisme fait appel aux non-professionnels pour récolter de l'information ou témoigner au travers de documents audiovisuels, de l'actualité. La notion de « journalisme participatif » est née de la sphère de la contre-culture journalistique, en marge des médias. Internet étant le levier technique nécessaire à son implantation. Le journalisme participatif, qu'il soit organisé ou non, séduit de par l'implication de la société civile constitue un bon plan de survie pour une presse en crise.
- les catastrophes naturelles constituent dans la plupart des cas le point de départ de l'amorçage et le développement des pratiques journalistiques citoyennes. Dans ce contexte, il y a, notamment celle du tsunami en 2004, qui ont poussé les

gens à médiatiser leurs témoignages et leurs opinions. Leurs présences sur place avant les journalistes, de nombreuses personnes se sont emparées de leurs caméscopes ou appareils photos pour immortaliser l'événement et envoyer leurs clichés à la presse et à travers le monde, grâce à Internet. Le besoin de témoigner de la part des victimes de cette catastrophe était si important, que les blogs se sont multipliés en quelques jours et ont facilement trouvé lecteurs. La nécessité de comprendre, d'obtenir des infos « de terrain », de « l'intérieur », était si grande, de la part de la population, que les récits, photos et vidéos partagés sur la toile, ont véritablement bouleversé la manière et les lieux où les citoyens recherchaient l'information. Ces informateurs improvisés ont alors découvert qu'il suffisait de réussir à capter l'attention des internautes sur les informations que l'on diffuse, pour entrer dans la danse médiatique (Evrard, 2012).

- les internautes sont appelés à se saisir des nouveaux moyens d'information pour reconquérir une part de la *citoyenneté* médiatique qui leur a été ôtée, souligne De Rosnay[5] en affirmant que «*la régulation ne pourra plus s'effectuer du haut de la pyramide vers le bas. Plus personne, en effet, n'acceptera que des technocrates décident seuls ou en petit comité. Si les communications « tous vers tous » se sont si rapidement développées sur le réseau, c'est bien le signe que les utilisateurs refusent le diktat de quelques uns. La montée des média des masses va progressivement se traduire par une « corégulation citoyenne ».* » (2006, p. 199).
- l'héritage d'un statut ancien du lecteur/auditeur ou téléspectateur à qui il est donné aujourd'hui une nouvelle dimension : celle de témoin. Dans le cas d'événements majeurs dans des pays où la liberté de la presse n'existe pas, où dans lesquels les conditions d'exercice du métier de journaliste sont complexes, les informations, les témoignages et surtout les images prises par les amateurs prennent un relief particulier que les journalistes professionnels ne peuvent négliger. Ces témoignages qui peuvent être écrits et étayés de photographies ou de vidéos parviennent aux rédactions par divers canaux : envoyés directement aux rédactions ou à certains journalistes dont les *e-mails* sont connus ou parce que ces derniers tiennent des blogs, ils peuvent également parvenir aux rédactions via des plateformes spécialisées dans le recueil et la diffusion/commercialisation d'images amateurs auprès des médias traditionnels. Enfin, les grands médias eux-mêmes se dotent aujourd'hui de plateformes destinées à recevoir des témoignages en vue d'une exploitation possible par la rédaction (Aubert, 2011, p. 45)

[5] Le fondateur du premier portail français du journalisme participatif *AgoraVox*.

- le journalisme participatif amène des masses entières de lecteurs à se saisir de l’information pour devenir eux-mêmes producteurs de photos, de vidéos, mais aussi de commentaires ou d’analyses de l’actualité. Du séisme en Haïti aux émeutes en Iran, en passant par les attentats de Londres ou de Bombay, la collecte de témoignages, de données ou d’opinions est de plus en plus partagée entre les médias, les blogs et les réseaux sociaux. Même la circulation de l’information n’est plus l’apanage des médias traditionnels, de plus en plus contraints de déterminer l’importance qu’ils donnent à un événement en fonction de l’écho rencontré auprès des internautes. La Toile détermine en partie les priorités médiatiques[6],
- le journalisme-citoyen dispose clairement de limites, la première étant que journaliste c’est un métier et que l’on ne s’improvise pas journaliste. Le métier répond à des codes et à une formation. Le manque d’objectivité ainsi que celui lié à la vérification des informations sont également des limites. Le journalisme citoyen en ligne suscite des inquiétudes en termes de responsabilité, de vérification, de transparence, d’objectivité et de crédibilité. S’il ouvre la voie à une plus grande démocratie de l’information, il appelle aussi la mise en place de nouvelles garanties pour protéger les journalistes citoyens,
- la nature interactive de l’internet stimule le « journalisme de solution », qui s’appuie sur les citoyens pour promouvoir et mettre à profit des idées et des solutions nouvelles développées en dehors des canaux institutionnels et facilite les délibérations à grande échelle et l’émergence de positions communes sur des problèmes complexes grâce à l’utilisation d’algorithmes[7],
- l'offre du journalisme participatif fait apparaître des projets et des dispositifs éditoriaux assez variés ; certains sites justifient leur initiative par une critique des médias traditionnels et proposent une alternative (*AgoraVox*) alors que d'autres sont créés par des structures majeures (*Wat TV* par la chaîne française *TF1*, *YouWitnessNews* par le moteur internet *Yahoo* et l'agence *Reuter*) ; des sites se conçoivent comme de simples espaces de publication, n'appliquant qu'une régulation minimale aux contenus proposés par les internautes (*NowPublic*, *Centspapiers*, *AgoraVox*), quand d'autres encadrent fortement les contributions en les mêlant aux travaux de professionnels (*Rue89*, *OhMyNews*) ou en les intégrant dans une dynamique collective dirigée par des journalistes (*Assignment Zero*) ; la

[6] *Le Monde diplomatique*, février 2010

[7] « Connecter les institutions et les citoyens à l’ère du numérique », *Forum mondial de la démocratie*, 27-29 novembre 2013, Rapport final, le Secrétariat du Conseil de l’Europe, 2014, page. 6

plupart de ces dispositifs sont strictement dédiés à cette modalité de production (Ruellan, 2007, p. 2),

3. L’explosion des portails du journalisme participatif :

Depuis de début du siècle, les sociétés occidentales accumulent les expériences dans le domaine du journalisme participatif. Dans ce registre, deux exemples importants peuvent être évoqué afin d’illustrer la monté de l’activité citoyenne des internautes dans le monde journalistique. Il s’agit du portail nord-coréen *OhMayNews* et le site français *AgoraVox*.

- ***OhMyNews* : le leader mondial**

Lancé le 22 février 2000, le site a notamment été copié en France, avec *Agoravox* et au Canada avec *NowPublic* (Vancouver) et *Centpapiers* (Montréal). Oh Yeon Ho, son fondateur, est à la tête d’une « armée » de 70 000 cyber-reporters en Corée du Sud et à l’étranger. Le portail nord-coréen *OhMyNews* est considéré comme le pionnier de la presse citoyenne dans le monde. Avec ses 200 articles par jour et son million de visiteurs quotidiens, la plateforme sud-coréenne d’information est le chef de file mondial du journalisme citoyen, la première grande initiative dans le monde du *Netizen* (citoyen d’Internet). En janvier 2005, le site participatif compte 36 657 *citizen reporters*, 35 *staff reporters* dûment salariés, 77 % étaient des hommes et vivaient pour 42,63 % d'entre eux à Séoul (alors que la capitale n'abrite que 10 % des Sud-Coréens). Ces *citizen reporters* se composaient de 23% d’étudiants, de 10 % d’individus travaillant dans la presse ou les carrières artistiques, alors que les agriculteurs comptaient en comparaison pour moins de 1% de ces rédacteurs amateurs (Kim, Hamilton, 2006, p. 546).

Cette surreprésentation des diplômés de l’enseignement supérieur ainsi que des professions de la culture et de l’information se retrouvait également en 2006 pour le site français *AgoraVox*, dont le modèle est calqué sur celui *d’OhMyNews*. Les articles envoyés par un « néo-journaliste » sont scrutés à la loupe afin de vérifier sa fiabilité avant d’être mis en ligne. En moyenne, un tiers des articles rédigés par des citoyens ordinaires et des professionnels de tous les milieux sont rejetés par l’équipe rédactionnelle d’*OhMyNews* composée de 55 journalistes expérimentés. Le patron du portail nord-coréen explique que son équipe est là pour rendre l’information plus claire, plus facile à lire. Il insiste sur le devoir de qualité, la véracité des informations et la transparence des sources. Avant d’être en ligne, toutes les informations sont vérifiées par une douzaine de « *fact checkers* » (Char,

2012, p. 267). « *OhmyNews est aujourd'hui un média crédible et incontournable du paysage journalistique sud-coréen* », souligne Son Seong-Hua de la Korean Broadcasting System (KBS).
Dans le monde médiatique sud-coréen, *OhmyNews* est un « *pure player* » (site d'information indépendant, non adossé à un média existant). Son contenu ne se retrouve pas seulement sur le Web, mais également sur papier avec une édition hebdomadaire. Avec Internet, l'espace médiatique est éclaté. Il est aujourd'hui à tout le monde. Le journalisme traditionnel a longtemps été possible à cause de ses caractéristiques propres, le formatage du média, ses limitations dans le temps et l'espace. Il s'est construit sur la ligne de démarcation suivante : il y a d'un côté les reporters et de l'autre les lecteurs. Tout cela est bel et bien fini !, Explique Oh Yeon Ho[8].
Oh Yeon Ho ne cherche pas à opposer le journaliste professionnel au journaliste citoyen. Il veut seulement fournir les outils à ce dernier afin qu'il puisse mieux exprimer les nouvelles expressions de sa citoyenneté dans un pays qui est entré dans le club des pays riches bien avant de devenir une démocratie. Il tient cependant à ce que les articles de *OhmyNews* relèvent plus de l'information que de l'opinion. Pas question pour la plateforme du « journalisme à portée de tous » de devenir un blogue. Dans tous les cas, *OhmyNews* et tous les médias sociaux marquent la fin du monologue vertical et le début d'un dialogue horizontal dont il est encore difficile d'évaluer la portée pour les journalistes professionnels comme pour la société civile (Char, 2012, p. 272).

- ***AgoraVox* : le renouveau de la presse française**

Agoravox est le premier journal citoyen francophone en ligne, lancé par Joël de Rosnay et Carlo Revelli en mai 2005. Le site est calqué sur le modèle d'*OhMyNews*, le site de journalisme citoyen Sud-Coréen lancé en 2000. Sa devise est « *tout citoyen est un reporter* ». Diffusant vingt à trente articles par jour écrits par 3 300 « citoyens reporters » (ce qui est encore peu face aux 40 milles participants de *OhMyNews*), *Agoravox* a totalisé 500 milles connexions en avril 2006 et presque 400 milles utilisateurs uniques, seulement 11 mois après son lancement. L'accès y est entièrement gratuit (archives comprises), *Agoravox* ne tirant ses revenus que de la publicité. Une remarque importante peut être faite sur

[8] Pour savoir davantage sur le fondateur d'*OhMyNews*, Oh Yeon Ho, voir la version anglaise du portail sur le site < http://international.ohmynews.com/?s=Oh+Yeon+Ho> (26/12/2015)

les journalistes citoyens du portail. En fait, les statistiques montrent qu'*Agoravox* reste un site d'élite car sur les 3521 reporters *citoyens* inscrits chez *AgoraVox* en avril 2006, les catégories socioprofessionnelles les plus représentées étaient celles des journalistes (8 %) et des étudiants (7 %, auxquels il faudrait ajouter 2% de chercheurs, docteurs, et doctorants). Arrivaient ensuite les catégories des enseignants et professeurs (5 %), des consultants (4 %), et des ingénieurs (4 %) (Barbe, 2006, p. 180).

La publication des articles sur *Agoravox* est basée sur un tri sélectif des articles proposés, en fonction d'un certain nombre de critères : fiabilité des informations, pertinence des arguments, proximité avec l'actualité, clarté du langage utilisé. La sélection se fait donc en amont de la publication. Une édition quotidienne est mise en ligne progressivement, du matin jusqu'en début d'après midi, bien que le site ne s'interdise pas de publier un article à n'importe quel moment de la journée en cas d'information exclusive. La publication des articles est validée par le comité de rédaction et plusieurs salariés de *Cybion*[9]. Le comité de rédaction se compose des rédacteurs *d'Agoravox* ayant publié au moins trois articles et qui ont demandé à en faire partie. Plusieurs salariés de *Cybion*, ainsi que Carlo Revelli, dont le rôle est de coordonner le projet, sont chargés de prendre part au vote qui décide de la publication et de vérifier les dispositions légales. Un vote a lieu pour chaque article proposé, avec un quorum minimal à atteindre pour être publié (Barbe, 2006). En fait, *Agoravox* se base sur un modèle éditorial participatif. Ne disposant pas de journalistes ou de rédacteurs professionnels, ce site compte uniquement sur l'investissement bénévole de citoyens pour les alimenter en contenu et créer une dynamique communautaire. Il propose des modes de publication et d'édition alternatifs, basés sur l'autoproduction et l'autorégulation des contenus. Ce site participatif préfigure une nouvelle forme éditoriale, non plus centralisée autour d'un modèle pyramidal mais fonctionnant sur un modèle réticulaire, où chaque individu est à la fois consommateur et producteur du média. En d'autres termes, le fonctionnement d'*AgoraVox* repose sur une médiation professionnelle minimale. Les responsables du site ne mettent pas en avant un statut de journaliste, assurent essentiellement un rôle de gestion et d'agencement des contenus. Leur regard éditorial sur les articles proposés par les internautes se limite pour l'essentiel à

[9] *Cybion* est la société propriétaire du site *AgoraVox*. Elle est crée par Carlo Revelli et Joël de Rosnay. Voir davantage d'information sur < http://www.cybion.fr/Cybion-et-l-Intelligence.html> (06/12/2015)

s'assurer de leur conformité avec le droit, dans le but de prévenir des propos illicites (Rebillard, 2012).

*AgoraVox*1 s'inscrit dans une logique d'extension du journalisme, en se positionnant précisément dans un espace frontière entre journalisme, sources et publics ; il tire sa légitimité de cette position. Le projet part d'un constat qui a marqué l'histoire du Web : le témoignage profane peut être source principale d'informations, en particulier lors de circonstances exceptionnelles (les vidéastes amateurs face au Tsunami en décembre 2004, les images déposées sur *FlickR* témoignant des attentats de Londres en juillet 2005, les blogs autour du cyclone Katrina en septembre 2005) et d'un précédent comme modèle, le site sud-coréen *OhMyNews*. La juxtaposition des attributs de citoyens et de reporters semble nier l'expertise du reporter. Toutefois, *AgoraVox* réalise bien un travail éditorial en sélectionnant et hiérarchisant les productions informationnelles des profanes – une notion qui doit elle-même être relativisée (Tredan, 2007, p. 116).

4. Le cyberactivisme dans les sociétés arabes :

Phillip Howard définit le cyberactivisme comme l'utilisation de l'Internet dans le but de faire entendre une cause politique difficile à faire avancer sur le terrain : « *the goal of such activism is often to create intellectually and emotionally compelling digital artifacts that tell stories of injustice, interpret history, and advocate for particular outcomes* » (Howard, 2011, p. 145). Egalement, le cyberactivisme ou journalisme citoyen peut être défini comme l'utilisation d'Internet et des technologies de l'information et de la communication pour promouvoir une cause politique qu'il serait, sans cela, difficile de soutenir dans la réalité, c'est-à-dire au-delà des cercles virtuels. Les cyberactivistes s'appuient sur différentes technologies pour solliciter des répertoires émotionnels et symboliques et créer des contenus numériques par le biais desquels ils donnent un sens aux événements, dénoncent des abus ou des injustices et encouragent la mise en place de certaines politiques. À l'aide de téléphones portables et d'appareils photo numériques, les habitants dans quelques pays arabes, en colère, se sont improvisés journalistes citoyens, ils ont mis en ligne des photos et des vidéos, parfois simplement sur leur compte Facebook personnel. Les nouveaux moyens de communication (téléphones portables, appareils photo numérique, Internet, chaines satellitaires) ont surtout permis d'amplifier la charge émotionnelle suscitée par cette répression, de diffuser les images, parfois extrêmement difficiles à supporter,

de ces corps violentés, mais aussi de familles criant ou pleurant de tristesse (Lecomte, 2012). Les pays arabes enregistrent une part importante dans le domaine du cyberactivisme depuis le début de cette décennie. Dans ce sens, il est pertinent d'enregistrer l'importance de la campagne *Askar Kazeboun* (l'armée menteuse) lancée en Egypte au cours de l'été 2011 qui est un exemple emblématique du cyberactivisme. Ce collectif de volontaires sillonne le pays pour dénoncer les violences et les abus de l'armée envers les manifestants dont ils apportent des preuves visuelles (photos et vidéos). Dans des quartiers populaires, où les gens ont un accès restreint à l'information, ils organisent des projections dans les rues sur de grands draps ou les façades d'immeubles. Certaines vidéos sont parfois reprises par des chaînes de télévision ou commentées dans la presse (Haschke, 2012). En outre, il faut souligner que le cyberactivisme tunisien a une histoire ancienne de déjà plus d'une décennie et que, depuis la fin des années 1990, les cyberactivistes sont très critiques vis-à-vis de l'opposition tunisienne « classique » (associations et partis politiques indépendants, qu'ils soient reconnus ou non), notamment vis-à-vis de leurs modes d'action et de communication jugés dépassés. Il est vrai que, globalement, les opposants traditionnels n'ont pas saisi pleinement l'opportunité que représentait Internet pour recréer un contact avec les citoyens, dont ils avaient été coupés par des décennies d'autoritarisme. Seule une partie des rares jeunes militants de l'opposition s'y sont fortement investis (Lecomte, 2012). Dans ce sens, Internet permet aux citoyens ordinaires, en particulier aux jeunes, d'exprimer leurs préoccupations et leur vision de la société au moyen de vidéos et d'autres supports de diffusion de contenus sur les médias sociaux. Il permet aussi aux personnes et aux petites organisations de mobiliser des soutiens et des ressources en faveur de diverses causes (pétitions en ligne, financement participatif) et de sécuriser le militantisme dans les pays sous régime autoritaire (sécurité des militants renforcée par des applications d'alerte numérique)[10].

Si les journalistes citoyens arabes ont participé activement dans le mouvement du cyberactivisme, il convient de s'intéresser à leur sociologie afin de mieux comprendre leur action dans leurs sociétés respectives. Dans ce sens, il est pertinent de prendre des exemples des produits informationnels de ces journalistes participatifs pour les examiner et comprendre leurs essences. En choisissant le cas

[10] « Connecter les institutions et les citoyens à l'ère du numérique », *Forum mondial de la démocratie*, *op. cité,* page. 6

de l'Egypte et en s'appuyant sur une étude faite par J. Nathan Matias, chercheur au centre américain *The MIT Center for Civic Media*[11], il apparait que :

• la majorité de ces blogueurs sont de nationalité égyptienne (29 sur un échantillon de 40 individus). 3 blogueurs sont de nationalité américaine, 2 des Émirats Arabes Unis, 2 de nationalité inconnue et les autres sont issus du Qatar, du Canada, du Royaume-Uni, de Palestine, et du Bahreïn,
• la langue essentiellement utilisée est l'anglais : 24 blogueurs utilisent exclusivement la langue anglaise sur Internet, 17 communiquent en anglais et en arabe, et seulement 3 d'entre eux utilisent uniquement l'arabe,
• la majorité de ces blogueurs-activistes appartiennent à la catégorie professionnelle « journaliste », 10 d'entre eux travaillent pour des médias professionnels, 11 sont principalement « journalistes citoyens » et 6 sont à la fois « journalistes et blogueurs »[12], c'est-à-dire qu'ils collaborent avec des médias professionnels tout en exerçant leurs activités de journaliste citoyen. Les autres professions identifiées sont les suivantes : 6 se définissent comme activistes, 6 appartiennent au domaine de la communication/marketing/médias sociaux, 3 sont chercheurs en sciences humaines, 2 appartiennent au domaine médical, et 2 sont professeurs d'université,
• une pluralité de ces blogueurs a eu une formation dans une université occidentale : 10 ont été formés dans une université occidentale, 1 a été *visiting scholar* dans une institution américaine formant des journalistes, 6 ont été formés dans une université égyptienne, 1 dans une université au Bahreïn,
• enfin, la grande majorité de ces blogueurs appartiennent au même réseau : ils communiquent entre eux et se suivent sur Internet, ils participent parfois aux mêmes activités professionnelles, certains ont des liens familiaux.

A partir de cela, deux éléments sont particulièrement intéressants à retenir de ce profil des cyberactivistes égyptiens et de leurs actions. Premièrement, le fait que la majorité de ces blogueurs soient de nationalité égyptienne, mais ont obtenu une formation académique à l'étranger et communiquent principalement en anglais valide en partie l'idée qu'ils correspondent à un profil bien précis qui se dit « internationaliste » ou « cosmopolite ». Ces blogueurs disposent ainsi des outils

---

[11] Pour davantage d'information sur les résultats de cette recherche concernant le cyberactivisme dans le monde arabe, voir le site de l'institution sur < https://civic.mit.edu/> (26/12/2015)

[12] <http://civic.mit.edu/blog/natematias/media-representation-in-the-arab-uprisings-egypt-and-libya> (26/12/2015)

nécessaires pour toucher une audience extérieure, ce qui peut les rendre assez influents pour faire pression sur le régime égyptien. Deuxièmement, le fait que la majorité de ces blogueurs-activistes appartiennent à la catégorie professionnelle « journaliste » (incluant journaliste citoyen et correspondant pour des médias professionnels) témoigne de l'environnement médiatique complexe dans lequel ils opèrent.

Les révolutions dans le monde arabe en 2011 sont un exemple de l'utilisation que peuvent faire les journalistes de ces images des amateurs provenant de pays dans lesquels les journalistes occidentaux ne peuvent pas ou plus rentrer, une fois qu'elles ont été recoupées et vérifiées. Les manifestations quotidiennes en Syrie et la violence de la répression qui y sévit ne peuvent être illustrées quasiment que par des images clandestines non tournées par des professionnels.
Les informations parvenant aux rédactions occidentales par le biais d'individus qui ne sont pas journalistes prennent un relief particulier puisqu'elles sont un moyen de comprendre les enjeux de la situation chaotique dont il devient de plus en plus difficile de rendre compte. Ces matériaux ne peuvent cependant pas être utilisés de manière brute, mais doivent être contextualisés et mis en forme. Car, si les journalistes occidentaux se servent des informations des amateurs pour faire avancer leur travail, il serait naïf de croire qu'ils se laissent dicter le traitement de l'information par ces derniers. Les images prises par les amateurs au moment de manifestations interdites par des régimes sont tout d'abord utilisées comme système d'alerte, car la plus grande partie du travail de couverture de ces événements se fait à distance. Il faut donc les considérer comme un moyen d'amorçage de la couverture des événements déclenchant, dans un second temps, un processus de vérification de l'information (Aubert, 2011, p. 46). Les informations reçues par le biais de mails, les images et vidéos envoyées aux journalistes *via* les réseaux sociaux sont un point de départ et non une information à part entière. Une couverture de l'actualité qui se ferait uniquement grâce aux réseaux sociaux est un mythe car le travail du journaliste ne peut se passer du recoupement avec les sources humaines.

En fait, les espaces de communication en ligne jouent actuellement un rôle, mais ce rôle est très différent de celui qu'ils ont été amenés à jouer avant et pendant le mouvement de contestation qui a débouché sur le départ de Ben Ali, Kaddafi et

Moubarak. Depuis quelques mois, il y a une reconfiguration importante de l'espace public tunisien, égyptien et libyen. Non seulement la peur des citoyens de parler politique hors de la sphère privée s'est largement dissipée, mais les médias traditionnels sont désormais beaucoup plus ouverts. Bien entendu, d'anciens réflexes persistent, par exemple, l'autocensure dans les médias traditionnels n'a pas complètement disparu, tout comme la répression de certaines manifestations de rue. Mais on observe une réelle ouverture de l'espace public tunisien dans son ensemble, qui modifie le rôle des médias sociaux (Lecomte, 2012). Le cyberespace ne constitue plus désormais une exception, cet îlot de relative liberté dans un espace public globalement sous la mainmise du pouvoir. L'ouverture de l'espace public tunisien a pour conséquence un décloisonnement de ses différentes composantes, une circulation beaucoup plus intense des personnes, des informations et des opinions entre les différents espaces publics partiels. Par exemple, les blogueurs tunisiens sont désormais habitués à venir donner leur avis sur les plateaux de télévision, à la radio, dans la presse écrite. Il est également de plus en plus fréquent que des blogueurs cumulent journalisme citoyen et journalisme professionnel. Et, désormais conscients de l'importance des réseaux sociaux, les responsables du gouvernement, de l'administration et les représentants de partis politiques y sont beaucoup plus présents, pour présenter leurs idées, leurs projets, mais aussi pour rendre des comptes aux citoyens. Les appels à manifester sur Facebook ont plus de chances qu'auparavant de se concrétiser dans la rue, puisque la peur d'investir la rue est moins prégnante. Les frontières entre le cyberespace et la rue et entre le cyberespace et les médias traditionnelles sont donc désormais plus poreuses.

En résumé, il apparait que l'écosystème de l'information, plus complexe, aurait tendance à modifier les pratiques journalistiques pour donner naissance à un journalisme collaboratif où journalistes professionnels, acteurs non étatiques, et individus participent à la diffusion de l'information. Ce phénomène a été présent dans le cadre des « Printemps arabes » en Égypte, en Tunisie, en Syrie, ainsi qu'en Iran en juin 2009. Dans tous ces cas, les régimes en place ont voulu contrôler l'information, bloquant notamment l'accès aux journalistes internationaux. Or, les journalistes citoyens et cyber-activistes, qui ont agi au sein même de ces pays, ont

bénéficié de réseaux dans les médias étrangers plus traditionnels afin de toucher une audience internationale[13].

Conclusion

Quel résultat peut être fait en vue de conclusion de ses lignes. En fait, il y a trois éléments à retenir :

- le journalisme participatif devient une pratique citoyenne qui permet aux citoyens de participer dans la démocratie participative au sein de la Cité et par cela ils deviennent des acteurs incontournables dans l'espace public. Dans les pays arabes, le journalisme-citoyen est encore dans la phase de l'expérimentation. Il faudrait avoir des initiatives et des projets réels afin de rentrer dans l'ère du journalisme-participatif et pour cela, les acteurs « numériques » (internautes, bloggeurs, etc.) dans l'espace arabe qui sont invités à prendre des mesures dans cette direction. C'est dans ce sens qu'Oh Yeon Ho, le patron du portail nord-coréen *OhMyNews*, souligne qu'il ne peut y avoir de démocratie sans participation active du citoyen, sachant que son pays a longtemps été une dictature. Il a créé *OhmyNews* pour aider le lecteur à s'investir dans l'information et ainsi accomplir son devoir de citoyenneté (Char, 2012, p. 270).

- le cyberactivisme dans l'espace arabe a montré sa capacité de mobiliser les publics sur des causes justes. C'est le constat qu'il confirme le projet intitulé *Project on Information Technology and Political Islam* (PITPI), dont lequel une équipe de recherche de l'université de Washington a entrepris à la fin de l'été 2011, de décrypter plus de trois millions de *tweets*, un volume important de vidéos du site *YouTube* et le contenu de nombreux blogs afin de déterminer l'impact d'Internet et de médias sociaux tels que *Twitter* et *Facebook* sur le printemps arabe et voir si celui-ci pouvait réellement être qualifié de révolutionnaire1[14]. Les chercheurs sont arrivés à la conclusion qu'en Egypte et en Tunisie, les échanges en ligne sur les mouvements de protestation ont souvent précédée de peu le déclenchement des

[13] *Idem*, page. 6

[14] *Project on Information Technology and Political Islam*, "Opening Closed Regimes: What Was the Role of Social Media During the Arab Spring?", Working Paper n°1, 2011, disponible en ligne sur : <http://pitpi.org/index.php/2011/09/11/opening-closed-regimes-what-was-the-role-of-social-media-during-the-arabspring/>

mobilisations de rue. Les médias sociaux ont permis aux populations de la région de partager témoignages et informations y compris pendant les manifestations. Le rapport établit que ce type de pratique a inspiré les pays voisins et permis l'extension de la vague révolutionnaire à l'ensemble de la région.

- malgré le succès qu'a enregistré le journalisme citoyen dans la démocratisation de la prise de parole, il reste un bon chemin à faire devant les acteurs du journalisme participatif. Les statistiques le confirment. Les blogs, ont les contenus sont utilisés sur des médias dits « participatifs », reste avant tout une instance de commentaire sur l'information, avant de pouvoir revendiquer un statut de producteur d'information. Selon une étude américaine sur les six principaux blogs politiques aux États-Unis seuls 1% des *posts* seraient des informations originales, tandis que 38,5 % sont des commentaires généraux de l'actualité. De même, en comparant la nature des liens proposés sur ces blogs, on constate que les médias professionnels restent très présents (près de la moitié), juste après les références faites aux autres blogs (Reese and *al.*, 2007).

Bibliographie :

Aubert, A (2011) **«** Le participatif perçu par les professionnels du journalisme : état des lieux », *Les Cahiers du journalisme*, n° 22/23, pp. 42-45

Barbe, L (2006) « Wikipédia et AgoraVox : de nouveaux modèles éditoriaux ? Les médias participatifs : des modèles éditoriaux émergents sur Internet », *in* Broudoux, E., Chatron, G., (dirs.), *Document numérique et société. Actes du colloque DocSoc*, Paris, ADBS Editions, pp. 171-184

Char, A (2012) « *OhmyNews* ou quand chaque citoyen est un journaliste », *Les Cahiers du journalisme*,n° 24, pp. 266-273

De Rosnay, J (2006) *La révolte du pronétariat. Des mass média aux média des masses*, Paris, Fayard

Evrard, S, (2012) *Le journaliste, espèce en voie d'extinction ?*, Bruxelles, Action et Recherche Culturelles, a.s.b.l.

Gillmor, D (2004) *We the Media. Grassroot journalism by the people, for the people*, Sebastopol C.A, O'Reilly Media

Haschke, P (2012) *La scène médiatique au Moyen-Orient à la lumière du printemps arabe, in* <http://www.sciencespo.fr/ceri/sites/sciencespo.fr.ceri/files/art_phasc.pdf>

Howard, P (2011) *The Digital Origins of Dictatorship and Democracy: Information Technology and Political Islam*, Oxford, Oxford University Press

Kim, E-G., Hamilton, J-W (2006) « Capitulation to Capital? OhMyNews as Alternative Media », *Media, Culture and Society*, vol. 28, n° 4, p. 541–560

Lecomte, R (2012) « Cyberactivistes et société civile Les ambiguïtés de la révolution tunisienne », Entretien avec Lecomte <https://orbi.ulg.ac.be/bitstream/2268/107441/1/20.-Entretien-avec-Romain-Lecomte.pdf>

Rebillard, F (2012) « Le journalisme participatif : définition, évolutions, état des lieux », *e-Dossiers de l'audiovisuel*, Paris, Ina, novembre 2012

Rebillard, F (2007) « Le journalisme participatif, de l'idéologie à la pratique », *Argumentum*, n°6, pp. 11-23

Ramonet, I (2011) *L'explosion du journalisme, Des médias de masse à la masse de médias*, Paris, Galilée

Rheingold, H (2002) *Smart Mobs: The Next Social Revolution: Transforming Cultures and Communities in the Age of Instant Access*, Cambridge, MA, Perseus Publishing,

Reese, S and *al.*, (2007) « Mapping the Blogosphere : Professional and Citizen-based Media in the Global News Arena », in *Journalism*, 8, pp. 235- 261

Ruellan, D (2007) « Penser le 'journalisme citoyen' », *Cahier de recherche*, n° 13, < http://www.marsouin.org/IMG/pdf/Ruellan_13-2007.pdf>

Tillinac, J (2006) « Le web 2.0 ou l'avènement du client ouvrier », *Quaderni*, n° 60, pp. 19-23

Tredan, O (2007) « Le « journalisme citoyen » en ligne : un public réifié ? », *Hermès, La Revue*, n° 47, pp. 115-122

ISSN : 2602 -7356



Algerian journal of Mass Media and Public Opinion Researches

Semi-anual Journal Published by :
Mass media and Communication Department at the Faculty of Humanities, Islamic Sciences and Civilization

Vol : (02)- Number (02) –Dec 2019